

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA MARKETINGU A OBCHODU

Zvýšení kvality služeb v mateřské školce
Service Quality Improvement in the Kindergarten

Student: Zuzana Adamusová
Vedoucí bakalářské práce: doc. Ing. Lenka Kauerová, CSc.

Ostrava 2010

Čestné prehlásenie:

„Miestoprísažne prehlasujem, že som celú prácu, vrátane všetkých príloh vypracovala samostatne, iba prílohu č. 5 som získala z internetového zdroja.“

Použitú literatúru uvádzam v priloženom zozname literatúry.

V Ostrave dňa 7. mája 2010

Zuzana Adamusová

Ďakujem doc. Ing. Lenka Kauerovej, CSc. za vedenie a metodickú pomoc, ktorú mi poskytla pri spracovávaní bakalárskej práce.

Obsah

1. ÚVOD	1
2. CHARAKTERISTIKA MATERSKEJ ŠKÔLKY	3
2.1 História organizácie.....	4
2.2 Súčasnosc'.....	4
2.2.1 Organizačná štruktúra	5
2.2.2 Financovanie	6
2.3 Analýza súčasného stavu	7
2.3.1 MŠ na Varšavskej ulici	7
2.3.2 MŠ na Trnavskej ulici	8
2.3.3 Činnosti MŠ	9
2.3.4 Záujmové aktivity	10
3. TEORETICKÉ VÝCHODISKÁ	12
3.1 Charakteristika služieb	12
3.2 Vlastnosti služieb	12
3.2.1 Nehmotnosť	12
3.2.1 Neoddeliteľnosť	12
3.2.2 Premennivosť	13
3.2.3 Pominuteľnosť služby	13
3.2.4 Nemožnosť vlastníctva	13
3.3 Marketingový mix v službách	14
3.3.1 Služba.....	14
3.3.2 Cena	16
3.3.3 Distribúcia služieb	17
3.3.4 Marketingová komunikácia.....	17
3.3.5 Ľudský faktor.....	18
3.3.6 Materiálne prostredie	19
3.3.7 Procesy	19
3.4 Kvalita služieb.....	20
4. METODIKA	22
4.1 Prípravná fáza.....	22
4.2 Realizačná fáza.....	24
5. ANALÝZA VÝSLEDKOV	26
5.1 Materská škola Varšavská	26
5.1.1 Základné informácie	26
5.1.2 Možnosti zlepšenia.....	27
5.2 Materská škola Trnavská.....	31
5.2.1 Základné informácie	31
5.2.2 Možnosti zlepšenia.....	31

5.3	Vyhodnotenie hypotéz	36
5.4	SWOT analýza	37
6.	NÁVRHY NA ZLEPŠENIE	39
6.1	MŠ Varšavská	40
6.2	MŠ Trnavská	41
7.	ZÁVER	44

Zoznam tabuliek:

Tabuľka 2.1	– predpokladaný počet detí	3
Tabuľka 3.1	– rozdelenie zamestnancov	19
Tabuľka 4.1	– harmonogram činností	24
Tabuľka 5.1	– ceny, ktoré sú ochotní priplatiť rodičia, rozdelené podľa pohlavia	28
Tabuľka 5.2	– SWOT analýza	38

Zoznam obrázkov:

Obrázok 2.1	– MŠ Trnavská	4
Obrázok 2.2	– poloha dopravného ihriska	5
Obrázok 2.3	– organizačná štruktúra	6
Obrázok 3.1	– koncepcia totálnej služby	15

Zoznam grafov:

Graf 4.1	– vekové kategórie respondentov z MŠ Trnavská	25
Graf 4.2	– vekové kategórie respondentov z MŠ Varšavská	25
Graf 5.1	– vekové kategórie žien z MŠ Varšavská	26
Graf 5.2	– názor respondentov na zvýšený prísun zeleniny a ovocia, podľa vekových kategórií	29
Graf 5.3	– vyjadrenie dôležitosti jednotlivých faktorov	30
Graf 5.4	– vyjadrenie spokojnosti s jednotlivými faktormi	30
Graf 5.5	– príplatky za zlepšenie výučby cudzieho jazyka	32
Graf 5.6	– návrhy rodičov na športové aktivity	33
Graf 5.7	– návrhy rodičov v oblasti stravovania	34
Graf 5.8	– dôležitosť jednotlivých faktorov pri výbere MŠ	35
Graf 5.9	– spokojnosť rodičov s jednotlivými faktormi	35

1. Úvod

Predškolské obdobie je chápané ako obdobie vytvárania základov osobnosti, formujú sa štruktúry a funkcie individuality človeka. Keďže v súčasnom období rodinné prostredie nedokáže dostatočne zabezpečiť tieto funkcie, vstupuje do výchovného procesu materská škôlka. Zameriava sa na osobnostný rozvoj detí v oblasti sociálno-emocionálnej, intelektuálnej, telesnej, morálnej, estetickej, rozvíja schopnosti a zručnosti, utvára predpoklady na ďalšie vzdelávanie.

MŠ poskytuje výchovu a vzdelanie väčšiny detí predškolského veku. Je dokázané, že deti, ktoré navštevujú materské školy už od 3 rokov, sa oveľa lepšie adaptujú, majú lepšie výsledky a sú lepšie pripravené na školskú dochádzku, sú spoločenskejšie, sebavedomejšie, na rozdiel od detí, ktoré navštevujú materskú školu iba v poslednom roku pred nástupom do základnej školy. Absencia v materskej škole môže spôsobiť neskôr problémy pri zaškoľovaní dieťaťa a sťažiť jeho adaptáciu na školu.

Na výchove sa podieľa aj štát tvorbou vzdelávacieho programu Jeho hlavným cieľom je rozvoj dieťaťa v spoločnosti prostredníctvom výchovy. Keďže materská škola predstavuje celkový začiatok výchovy dieťaťa, je nesmierne dôležité klásť dôraz na túto oblasť.

Ako tému som si zvolila zlepšenie kvality služieb poskytovaných v materskej škole. Konkrétne ide o MŠ na Trnavskej ulici v Žiline, súčasťou ktorej je aj vysunuté pracovisko na Varšavskej ulici, ktoré vzniklo iba v tomto školskom roku. Túto tému som si zvolila hlavne pre svoj kladný vzťah k deťom.

Cieľom mojej bakalárskej práce je vytvoriť návrhy na zlepšenie a skvalitnenie služieb poskytovaných v materskej škole. Návrhy na zlepšenie budú vychádzať jednak z marketingového výskumu, ktorý bude realizovaný na obidvoch MŠ, a takisto aj zo SWOT analýzy.

Súčasný trend vo vývoji populácie je značne klesajúci, aspoň pre oblasť, v ktorej žijeme. Demografický vývoj v Žilinskom kraji charakterizuje postupné spomaľovanie reprodukcie obyvateľstva. Znižovanie pôrodnosti sa podpisuje pod znižujúce sa prirodzené prírastky obyvateľstva. Aj keď v posledných rokoch počet detí mierne vzrástol, prognózy do budúcnosti predpokladajú neustály pokles. To však spôsobí aj pokles potenciálnych

zákazníkov materských škôl a zároveň nárast konkurencie. Preto je nesmierne dôležité, aby sa organizácia dokázala na túto situáciu vopred pripraviť a zlepšením kvality poskytovaných služieb nielen udržať priazeň rodičov a detí, ale získať nových zákazníkov.

Každý rodič sa snaží poskytnúť svojim deťom len to najlepšie, preto samozrejme venuje zvýšenú pozornosť výberu materskej škôlky, ktorú bude jeho dieťa navštevovať. Ved' práve tu dieťa trávi takmer polovicu svojho dňa, a preto je veľmi dôležité vybrať vhodnú organizáciu, ktorá sa mu bude plne venovať a rozvíjať jeho schopnosti prostredníctvom rôznych aktivít a takisto aj vďaka zodpovednému prístupu pedagógov.

2. Charakteristika materskej škôlky

Pre svoju bakalársku prácu som si ako organizáciu vybrala Materskú škôlku v Žiline na Trnavskej ulici. Ide konkrétne o mestskú časť Vlčince, ktorá sa nachádza zhruba 20 minút pešej chôdze od centra mesta. Súčasťou tejto MŠ je aj vysunuté pracovisko na Varšavskej ulici. Napriek tomu, že ide o jednu organizáciu, jej umiestnenie je rôzne, práve tak, ako aj podmienky na oboch pracoviskách.

Vlčince sú najväčším žilinským sídliskom. Výstavba začala v roku 1971 a bola ukončená v roku 1982. Sídlisko pozostáva zo štyroch menších častí označených Vlčince I až IV, býva tu približne 20 077 obyvateľov.

Predpokladaný počet detí od 3 do 6 rokov k 1. septembru 2007 a prognóza do roku 2010. [12]

Tabuľka 2.2 - predpokladaný počet detí

Rok	Kapacita	Počet detí	Rezerva
2006	2055	1945	110
2007	2055	2050	5
2008	2055	2155	-100
2009	2055	2231	-176
2010	2055	2323	-268

Zdroj: http://www.zilina.sk/dokumenty/DokumentyProgramyMZ_20090409113816.pdf (citované dňa 25.1.2010)

Mesto Žilina a jej okolie má v súčasnosti 28 materských škôl. V aktuálnom školskom roku nastúpilo do materských škôl v Žiline 2 080 detí, z nich je až 706 predškôľakov. Ďalších 61 predškôľakov navštevuje neštátne zariadenia. Rodičia môžu svojmu dieťaťu vybrať ľubovoľnú školu, ale riaditelia škôl sú povinní prednostne prijímať deti s trvalým bydliskom v ich školskom obvode. [13]

2.1 História organizácie

MŠ na Trnavskej ulici vznikla v roku 1982. Zriaďovateľom tejto organizácie je mesto Žilina. V školskom roku 1982/83 boli otvorené 4 triedy, ktoré navštevovalo 150 detí. Hlavné problémy v začiatkoch boli spôsobené hlavne nedostatkom potrebného zariadenia ako boli lavičky, skrinky v šatniach, či hračky. Spočiatku sa pohyboval počet žiakov okolo 150 detí, neskôr okolo roku 1988/89 začal klesať, zhruba na počet 100 detí.

Obrázok 2.1 - MŠ Trnavská



Zdroj: <http://zilina-gallery.sk/picture.php?/5381/category/466> (citované dňa 5.2.2010)

2.2 Súčasnosť

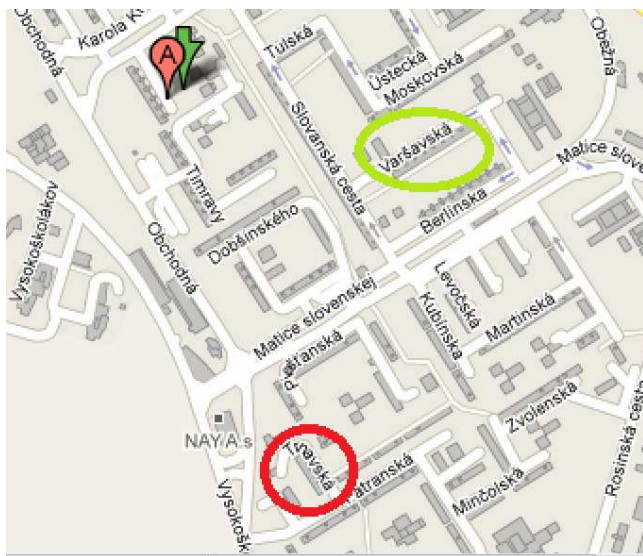
V školskom roku 2009/2010 bola otvorená z dôvodu nedostačujúcej kapacity nová pobočka tejto materskej školy na Varšavskej ulici v Žiline, ktorá ma zatiaľ iba 2 triedy a 45 detí. V blízkej budúcnosti sa však plánuje rozšírenie o ďalšie 2 triedy.

MŠ na Trnavskej ulici funguje bez prestávky 27. rok, v súčasnosti má spolu s pobočkou na Varšavskej ulici 146 žiakov.

Konkurenciu tvoria 4 materské školy, ktoré sa na tomto sídlisku nachádzajú, celkový počet je teda 6 MŠ na Vlčincoch, čiže konkurencia je pomerne vysoká.

V minulosti sa v tesnej blízkosti nachádzalo aj dopravné ihrisko, no z dôvodu zanedbaného a nevhodného stavu, boli jeho majitelia nútení toto ihrisko zrušiť, čím pripravili deti o ďalšie možnosti. V júni minulého roku však mesto Žilina otvorilo nové multifunkčné dopravné ihrisko, ktoré sa taktiež nachádza na Vlčincoch. Presnú polohu ihriska zobrazuje obrázok 2.2.

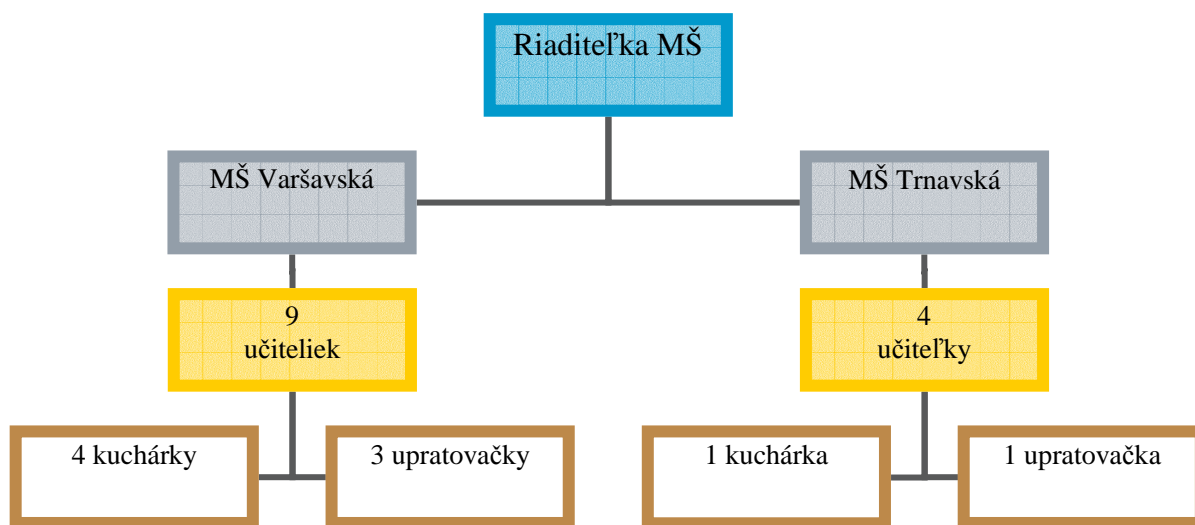
Obrázok 2.2 – poloha dopravného ihriska



2.2.1 Organizačná štruktúra

Presnú štruktúru zobrazuje obrázok 2.3.

Obrázok 2.3 – organizačná štruktúra



Zdroj: vlastné spracovanie

2.2.2 Financovanie

Zriaďovateľom tejto organizácie je mesto Žilina, ktoré je takisto hlavným subjektom financovania materskej školy - jej činnosť je financovaná prostredníctvom podielových daní.

Do financovania sa zapája aj Ministerstvo školstva, ktoré poskytuje tzv. normatívne príspevky, ktoré slúžia na financovanie miezd a prevádzkových nákladov.

Ďalej na chod prispievajú rodičia detí, mesačným príspevkom vo výške 12€, ktorý sú povinní zaplatiť za všetky deti, okrem tých, ktoré sú rok pred začatím povinnej školskej dochádzky. Týmto deťom je návšteva materskej školy financovaná z rozpočtu Ministerstva školstva.

2.3 Analýza súčasného stavu

2.3.1 MŠ na Varšavskej ulici

Táto MŠ je tvorená 2 triedami, pričom 1. sa nachádza na prízemí a je určená pre mladšie deti, do veku 4 rokov. Trieda je rozdelená na 2 polovice, kde jedna časť je tvorená hracím kútkom so stolmi a stoličkami, ktoré súčasne slúžia aj ako jedálňa a druhá polovica je vyhradená na spánok a oddych žiakov, nachádzajú sa v nej postelky. Vzhľadom k tomu, že sa materská škola stretáva s problémom nedostatku priestoru, postelky sú poukladané na seba, a rozkladajú sa tesne pred tým, ako idú deti spať. Následne, keď sa zobudia sú postelky opäť upratané a uložené, aby nezaberali voľné miesto. Týmto je zabezpečené, že deti majú počas celého dňa dostatok priestoru na hry.

Takým istým spôsobom je upravená aj druhá trieda na poschodí, s tým rozdielom, že je určená pre starších žiakov. Tým pádom je aj zariadenie a hračky orientované na staršie deti.

Keďže ide o novovzniknutú škôlku, má najlepšie predpoklady na zlepšenie a zvýšenie kvality poskytovaných služieb. Takisto tým pádom, že vznikla iba nedávno jej žiaci sú v priemere mladší, ako žiaci materskej školy na Trnavskej ulici. Jedným z hlavných problémov, s ktorým sa stretáva táto škola je nedostatočná vybavenosť hračkami a zariadením. Oproti MŠ Trnavská je jej výhodou zasa nové vybavenie, ako napríklad plastové okná, či úplne nové skrinky, postelky.

Základné vybavenie pre hru detí tvoria rôzne stavebnice, puzzle, skladačky, ktoré rozvíjajú schopnosti dieťaťa. Takisto neodmysliteľnou súčasťou sú knihy, leporelá, pastelky a omaľovánky. Časť na hru je zariadená malou kuchynkou a maketou obchodu, kde majú deti rôzne typy potravín a spoločne sa postupne učia ich názvy. Takisto v jednej z políc sú uložené rôzne plyšové hračky a pomocou nich sa deti učia pomenovať jednotlivé zvieratá a takisto určiť, či ide o zviera domáce, alebo voľne žijúce, či je to morský živočích atď.

Zaujímavú súčasť jednej z tried tvorí časť steny, v ktorej je vybudovaný výklenok a tento priestor sa využíva na hru bábkového divadla pre deti.

V areáli MŠ sa nachádza voľné priestranstvo s preliezačkami a pieskoviskom, ktoré je hlavne v teplejších mesiacoch pravidelne využívané. No hlavným problémom je chýbajúce oplotenie, ktoré by zabezpečilo, aby sa na pozemku nevyskytovali nežiaduce osoby, či zvieratá.

Keďže ide o MŠ s menšími priestormi, jedlo tu nie je pripravované, ale iba dovážané z MŠ Trnavská, a kuchárka sa stará o výdaj tohto jedla.

2.3.2 MŠ na Trnavskej ulici

Je tvorená 4 triedami, pričom 2 sa nachádzajú na prízemí a 2 na 1. poschodí. Triedy na prízemí sú určené pre žiakov vo veku 3-4 roky a 4-5 rokov, naopak na poschodí sú 2 triedy so žiakmi, ktorí sú predškooláci.

Takisto ako na Varšavskej ulici, aj tu je podobné zariadenie a priestorové riešenie tried. Triedy sú rozdelené na 2 polovice, kde jedna časť je zariadená písacími stolíkmi, ktoré sú vyžívané na hranie a kreslenie a zároveň táto časť slúži ako jedáleň. Druhá polovica triedy je určená takisto na hranie, s tým, že pred obedňajším spánkom sa tu rozložia postieľky, a tým pádom sa vytvorí oddychová časť. Takýmto štýlom sú zariadené všetky 4 triedy. Dôraz je kladený predovšetkým na farebné ladenie tried, pretože farby sú veľmi dôležitým aspektom pri vývine a vývoji dieťaťa.

Každá z tried má svoje vlastné vybavenie, čo sa týka hračiek. Základom sú rôzne stavebnice, pomocou ktorých poznávajú rôzne tvary, skladačky ako napríklad Lego, taktiež koráliky, ktoré deti navliekajú a tým zlepšujú svoju motoriku a cit v rukách. Neodmysliteľnú súčasť a predpokladám, že aj povinnú výbavu tvoria pastelky a knihy. Takisto sa tu nachádza malý obchodík a kaderníctvo. K dispozícii majú žiaci aj dopravný koberec, na ktorom sa deti učia základné pravidlá cestnej premávky.

V šatni sa nachádzajú skrinky, v ktorých majú deti odložené svoje oblečenie. Každá skrinka je označená určitým symbolom, aby si samotné dieťa lepšie zapamätalo, ktorá je jeho a takým istým obrázkom je označená aj každá postieľka. Na skrinkách majú navyše deti fotku so svojím menom a priezviskom.

Steny nielen v šatni, ale takisto aj v triede sú zdobené prácami žiakov. Neodmysliteľnou súčasťou je výzdoba, závislá na danom ročnom období, či sviatkoch s obdobím spojenými, ako sú napríklad Vianoce, či Veľká noc.

Keďže táto MŠ funguje už 27. rok, je potrebné jej stav neustále obnovovať. V minulom roku bola s finančnou podporou zriaďovateľa vymenená časť okien za nové, plastové. Plánom na najbližšie obdobie je dokončiť túto výmenu a vybudovať nové oplotenie areálu.

2.3.3 Činnosti MŠ

Jedným z cieľov materskej školy je pripraviť deti na určitý režim, ktorý budú ďalej rozvíjať aj po nástupe do školy. Preto je pre ne vytvorený určitý denný plán, ktorý je potrebné dodržiavať.

Denný plán detí v materskej škole:

6.30-8.00	príchod, ranné aktivity
8.00-9.00	rozcvička
9.00-9.30	desiata
9.45-11.00	pobyt vonku
11.15-12.00	hry
12.00-12.30	obed
12.30-14.00	spánok
14.15-14.45	olovrant
14.45-16.30	voľné hranie, krúžky

MŠ pripravuje neustále pre svojich žiakov rôzne aktivity a akcie, ktorými sa snaží rozširovať obzory detí, zvyšovať ich vedomosti a skúsenosti.

Výchova a vzdelávanie sa uskutočňujú pomocou výchovno-vzdelávacieho programu. Hlavným cieľom tohto programu je pripraviť dieťa na život v spoločnosti, v súlade s individuálnymi a vekovými osobitosťami detí.

Vždy pred začiatkom nového školského roka sa zostavujú plány na 10 mesiacov. Každý mesiac je zameraný na niečo iné, a tieto plány sa potom presne a detailne rozpracovávajú na jednotlivé dni v týždni.

Pravidelne sú organizované návštevy kultúrnych podujatí, nové informácie sa snažia deťom sprostredkovať aj prostredníctvom besied s rôznymi osobami, príkladom môže byť stretnutie s predstaviteľmi policajného, či hasičského zboru. Stretnutia sú vždy spojené s prednáškou o činnosti jednotlivých návštevníkov a zároveň aj s hrami, ktoré pomôžu deťom pochopiť význam týchto ľudí v bežnom živote.

Ďalšou typickou, pravidelnou aktivitou je mesiac ovocia a zeleniny, kedy deti spoznávajú rôzne plodiny. Ide predovšetkým o zameranie na najmenších žiakov s cieľom

oboznámiť ich nielen s ovocím a zeleninou, ale naučiť ich rozpoznávať aj jednotlivé chute, ako sú sladká, slaná, kyslá či sladká.

Klasickými sú oslavy sv. Mikuláša, ktoré prinášajú deťom nielen darčeky, sladkosti, ale takisto aj spoznanie dávnej tradície a histórie. Podobným štýlom sa deti postupne učia dni v týždni, či jednotlivé mesiace a zároveň aj to, aké sviatky sa k nim viažu.

2.3.4 Záujmové aktivity

Materská škola pripravuje pre svojich žiakov rôzne aktivity, ktoré sa konajú či už počas školského dňa, alebo mimo výučby.

Plavecký výcvik

Každoročne MŠ usporadúva plavecký výcvik s spolupráci s inými materskými školami v Žiline. Tento výcvik je platený a je presne určené, koľko hodín musí dieťa stráviť na plavárni pre absolvovanie. Takisto je nutná prihláška. Účasť je však dobrovoľná a závisí iba na rodičoch, či prihlásia svoje dieťa na tento kurz.

Oboznamovanie sa s vodou

Na rozdiel od plaveckého kurzu je pre deti pripravená aj bezplatná aktivita, ktorá je nazývaná „oboznamovanie sa s vodou“. Cieľom je oboznámiť deti s vodou, predísť ich strachu z vody. Využíva sa tu hlavne hra vo vode, táto akcia je usporadúvaná väčšinou v mesiaci jún.

Anglický jazyk

Výučba je realizovaná raz týždenne, po dobu pol hodiny. Výučba je bezplatná a je určená pre všetky deti. Keďže ako som už spomínala, MŠ na Varšavskej ulici navštevujú mladšie deti, prebieha výučba zatiaľ iba na MŠ Trnavská. No do budúcnosti sa plánuje zavedenie výučby aj na toto pracovisko.

Spolupráca s centrom voľného času

V rámci tejto spolupráce sa snaží CVC rozvíjať pohybové schopnosti detí prostredníctvom tanca. Ide predovšetkým o moderné a folklórne tance. Výhodou je, že sú hodiny sú poskytované bezplatne, platí sa iba prihláška.

Počítačový krúžok

Ide o oboznámenie detí s počítačovou technikou, pomocou vhodných vzdelávacích programov. Cieľom je predstaviť deťom počítač nielen ako prostriedok zábavy, ale i ako nástroj na získavanie informácií.

Dramatický a výtvarný krúžok

Tieto dva krúžky sú realizované počas týždňa, samotnými učiteľkami v materskej škole, pričom sú deti rozdelené na 2 polovice a striedajú sa po týždni, kde jeden týždeň má jedna polovica dramatický krúžok a 2. polovica výtvarný a naopak. Takisto ako počítačový krúžok tak aj tieto dva sú realizované počas dňa v škôlke pre všetky deti a sú bezplatné.

3. Teoretické východiská

3.1 Charakteristika služieb

Služba je akákoľvek činnosť, alebo výhoda, ktorú môže ponúknuť jedna strana druhej, je v zásade nehmotná, nevytvára žiadne nadobudnuté vlastníctvo. Jej realizácia môže, ale nemusí byť spojená s fyzickým produktom. [2]

Oblasť školstva sa zaraďuje do neziskového sektoru. „*Neziskové organizácie vo svojej podstate poskytujú služby zákazníkom, ale ich cieľom nie je zisk. Pri uplatňovaní marketingu musia neziskové organizácie špecifické marketingové stratégie.*“⁸

3.2 Vlastností služieb

3.2.1 Nehmotnosť

Znamená, že zákazník nemôže službu vopred otestovať, vyskúšať. Je hlavnou príčinou toho, že zákazník ťažko hodnotí konkurenčnú ponuku a rovnako náročný je pre neho aj výber z viacerých variant. Veľmi podstatné sú pre neho osobné zdroje informácií.

Takisto je príčinou toho, že zákazník pri nákupe vníma určité riziko. Na hodnotenie kvality služby je častokrát používaná cena, či materiálne prostredie, v ktorom je služba poskytovaná. Túto vlastnosť teda ovplyvňuje predovšetkým image a prvý dojem nakupujúceho.

Hmatateľnosť služby môžeme zvýšiť skôr jej charakteristikou v brožúrach, či prospektoch a zdôraznením jej prínosov, ako popisom jej vlastností. [1]

3.2.2 Neoddeliteľnosť

Je hlavnou príčinou toho, že zákazník má záujem na tom, aby bola služba vykonaná konkrétnym poskytovateľom.

8) VAŠTÍKOVÁ, M. *Marketing služieb efektívne a moderně*. Praha Grada Publishing, 2008. 232 s. ISBN 978-80-247-2721-9. Str. 230

Z toho logicky vyplýva, že kvalita služby nezávisí iba od poskytovateľa, ale aj od zákazníka, a teda je potrebné neustále rozvíjať vzťah medzi poskytovateľom a príjemcom služby.

„Zákazník zväčša nemusí byť prítomný po celú dobu poskytovania služby (jedlo v hoteli je uvarené bez jeho osobnej prítomnosti). Avšak prítomnosť zákazníka obvykle vyžadujú niektoré verejné služby.“⁸

3.2.3 Premennivosť

Spôsobuje to, že zákazník nemusí zakaždým získať službu v rovnakej kvalite, a zároveň musí pomerne často akceptovať rôzne podmienky, ktoré zaistia skutočnosť, že bude zachovaná jej konzistencia. Znamená to, že kvalita služby závisí od personálu. Ideálnym spôsobom, ako túto vlastnosť obmedziť, resp. odstrániť, je dôkladný výber a školenie zamestnancov a ich následná motivácia a odmeňovanie. Ďalším vhodným spôsobom je šandardizácia poskytovaných služieb. [8]

3.2.4 Pominuteľnosť služby

U služieb je známe, že proces výroby a spotreby prebieha súbežne a v prípade, že služba nie je spotrebovaná, zaniká. To znamená, že je pri službách veľmi dôležité intenzívne koordinovať stranu ponuky a dopytu, flexibilne reagovať na všetky zmeny a takisto zabezpečiť dostupnosť služieb dennej potreby.

3.2.5 Nemožnosť vlastníctva

Nie je možné, aby zákazník zaplatením získal vlastnícke právo, získava iba právo na to, aby mu bola daná služba poskytnutá. Táto vlastnosť sa spája aj s možnosťami distribúcie, kde v prípade služieb sú distribučné kanály veľmi krátke, alebo priame. [8]

8) VAŠTÍKOVÁ, M. *Marketing služieb efektívne a moderně*. Praha Grada Publishing, 2008. 232 s. ISBN 978-80-247-2721-9. Str. 21

3.3 Marketingový mix v službách

„Marketingový mix je súbor marketingových nástrojov, ktoré firma využíva na to, aby dosiahla marketingové ciele na cieľovom trhu.“³

Mix má škole pomôcť budovať si svoj imidž, získať a udržať si klientov a zároveň s nimi vytvoriť obojstranne prospešné vzťahy. [11]

Jednotlivé prvky marketingového mixu by mali:

- tvoriť harmonickú jednotku,
- zodpovedať situácii na trhu a v organizácii,
- nasadené s dostatočnou intenzitou.

Existuje množstvo variácií marketingového mixu, kde základom sú 4P:

- služba,
- cena,
- distribúcia služieb,
- marketingová komunikácia,

ku ktorým sú pridávané ďalšie 3 prvky:

- ľudský faktor,
- materiálne prostredie
- procesy.

„Marketing verejných služieb je predovšetkým marketingom služieb s vysokým kontaktom so zákazníkom. Jedná sa väčšinou o čisté (predovšetkým nehmotné) služby.“²

3.3.1 Služba

Produkt predstavuje súbor objektov, či procesov, ktoré prinášajú zákazníkovi určitú hodnotu, tovar a služby sú jednotlivé kategórie, ktoré predstavujú dva typy produktu.

Termín produkt býva všeobecne využívaný ako pre označenie výrobkov, tak aj služieb. [8]

3) KOTLER, P. **Marketing Management**. 10. vyd. Praha: Grada Publishing, 2001. 720s. ISBN 80-247-0016-6. Str. 32

2) JANEČKOVÁ, L. a VAŠTÍKOVÁ, M. **Marketing služieb**. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2001. 180 s. ISBN 80-7169-995-0. Str. 32.

Škola by mala svojich potenciálnych klientov, teda jednotlivé rodiny osloviť konkrétnou ponukou služieb, ktorá by mala byť spracovaná tak, aby čo najlepšie spĺňala požiadavky jednotlivých zákazníkov a zároveň pozitívne odlišila školu od iných škôl. [11]

Rozlišujeme 3 úrovne služieb:

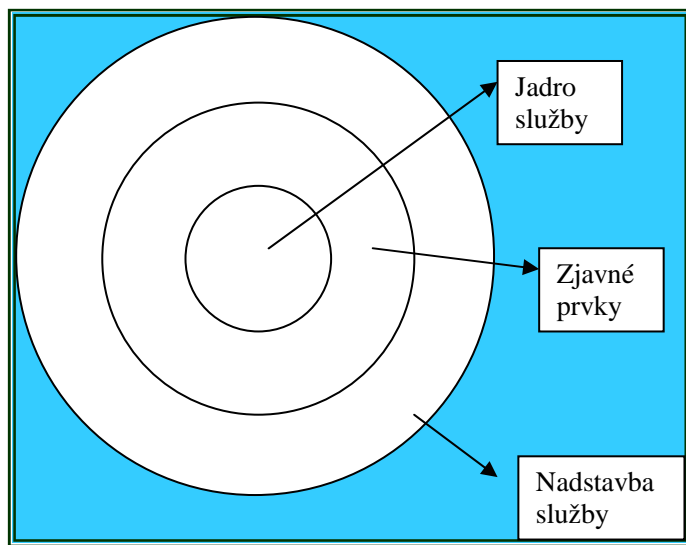
- jadro služby,
- zjavné prvky,
- nadstavba služby.

Jadro služby: predstavuje ho to najzákladnejšie, ide o to, čo klient hľadá, potrebuje.

Zjavné prvky: zaraďujeme tu personál - teda poskytovateľov služby, úroveň kvality poskytovanej služby, dobu poskytovania služby, dobu, ktorú musí zákazník počkať, kým mu začne byť poskytovaná služba, podporné zariadenia, ktorými je služba poskytovaná, balenie a etikety.

Nadstavba služby: ide o poskytnutie dodatočných výhod, ktoré siahajú za rozsah vnímaných služieb, môžeme tu zaradiť poradenstvo, informácie atď. [9]

Obrázok 3.1 - koncepcia totálnej služby



Zdroj: <http://www.mandk.cz/view.php?cislocclanku=2007100016> (on-line 25.2.2010)

Hlavným cieľom školy je poskytnúť jedincovi vzdelanie rozvíjajúce jeho schopnosti a kultivujúce jeho charakter, resp. postoj tak, aby sa v demokratickej spoločnosti čo najlepšie uplatnil.

„Marketing školy je proces riadenia, ktorého výsledkom je poznanie, ovplyvňovanie a v konečnej fáze aj uspokojenie potrieb a prání zákazníkov a klientov školy efektívnym spôsobom zaisťujúcim súčasne splnenie cieľov školy.“⁷

3.3.2 Cena

Cena je jediným príjmovým nástrojom mixu a zároveň jedným z najpružnejších prvkom marketingového mixu, čo znamená, že je veľmi jednoduché ju meniť a zákazníci pomerne rýchlo reagujú na jej zmenu.

V užšom zmysle slova predstavuje peňažnú čiastku, ktorá je účtovaná za službu, naopak v širšom slova zmysle predstavuje súhrn všetkých hodnôt, ktoré sú zákazníkmi vymieňané za užívanie výrobku, alebo úžitok plynúci z danej služby. [3]

Takisto pre zákazníka je jedným z hlavných kritérií, na základe ktorých sa rozhoduje o kúpe produktu a odlišuje službu od ostatných konkurenčných ponúk.

Predstavuje dôležitý zdroj informácií, či už o tom, aký záujem majú zákazníci o produkt pri danej cene, alebo ako reagujú na zmenu ceny.

Metódy stanovenia ceny:

1. objektívne stanovené ceny - umožňujú stanoviť fixný poplatok za určitú službu,
2. subjektívne stanovené ceny - objektívne stanovené ceny zákazníkom je nutné upraviť na základe hodnoty vnímanej zákazníkom tak, aby pre neho boli prijateľné, ako napríklad, porovnanie schopností a skúseností poskytovateľa služieb, hodnota služby a prijateľnosť pre zákazníka, nadčasy atď. [8]

Cena by sa v marketingovej stratégii neziskovej organizácie mohla považovať za nedôležitú, pretože služba je častokrát poskytovaná „zdarma“, alebo pokiaľ je poplatok stanovený, predstavuje len pomerne malú časť celkových nákladov.

Neziskové organizácie nemusia, či už z politických, alebo sociálnych dôvodov účtovať za výrobky, resp. služby žiadne poplatky, alebo účtujú iba zníženú - subvencovanú sumu. [1]

7) SVĚTLÍK, J. *Marketingové řízení školy*, Aspi 2006. 300 s. ISBN 80-7357-176-5.
Str. 18

3.3.3 Distribúcia služieb

V marketingu služieb je výroba, distribúcia a spotreba jedným procesom. Zahŕňa rozhodovanie o :

- mieste, kde bude služba fyzicky vykonávaná,
- distribučnom mixe, prostredníctvom ktorého bude služba poskytovaná.

Čo sa týka umiestnenia, ide o veľmi dôležitý faktor, ktorý rozhoduje o úspechu. V prípade už existujúcich škôl je takmer nemožné tento faktor ovplyvniť. V zásade platí, že pre väčšinu rodičov je pomerne dôležité aby sa škola nachádzala, či už v blízkosti domova, alebo zamestnania. Ide o jedno z významných kritérií pri výbere školy, ktorú by malo ich dieťa navštevovať.

3.3.4 Marketingová komunikácia

Predstavuje komunikáciu so zákazníkom. Obzvlášť v oblasti služieb je nesmierne dôležitá. Jej význam vyplýva predovšetkým z vlastností služieb, pomáha zákazníkom lepšie sa orientovať na trhu, porovnávať jednotlivé ponuky a vybrať si tú najvhodnejšiu.

Hlavným cieľom marketingovej komunikácie je vytvoriť povedomie a záujem o službu. Takisto by sa komunikácia mala zamerať na zníženie rizika vnímaného zákazníkom pri nákupe služieb, zhmotniť danú službu a presvedčiť zákazníka o kúpe, či využití danej služby.

Základnými prvkami komunikačného mixu sú:

- osobný predaj,
- podpora predaja,
- reklama,
- public relations,
- direct marketing,
- referencie.

Za najvyužívanéjšie formy sa v oblasti školstva považujú predovšetkým reklama - ide o platenú formu prezentácie prostredníctvom zvoleného média, promotion, uskutočňované prostredníctvom zamestnancov školy, je po šírení dobrého mena medzi klientmi navzájom, najefektívnejšou formou propagácie. [11]

Vhodné vzťahy s verejnosťou majú veľký význam pre tvorbu image školy, ktorý zasa výrazne vplýva na rozhodovanie rodičov pri voľbe školy. Dobré vzťahy s verejnosťou si škola vytvára najmä prostredníctvom zapájania sa do rôznych verejnoprospešných a kultúrnych akcií. Príkladom môže byť napr. Vianočné vystúpenie pre starších občanov, alebo iné formy prezentácie aktivít a činností školy. [11]

3.3.5 Ľudský faktor

Ľudský faktor je v oblasti služieb chápaný ako veľmi významný prvkom pri produkcii a poskytovaní služby. Pracovníci bývajú vnímaní ako súčasť poskytovanej služby a na základe ich výkonu je služba aj hodnotená, tým pádom teda predstavujú jednu z konkurenčných výhod organizácie.

V oblasti služieb môžeme teda rozdeliť ľudský faktor do 2 kategórií:

- zamestnanci,
- zákazníci.

Zamestnanci

Jedným z dôležitých krokov v tejto oblasti je starostlivý výber zamestnancov. Základné predpoklady sú: kvalifikácia, zdvorilosť, dôveryhodnosť, spoľahlivosť, vnímavosť, komunikatívnosť a nesmieme zabudnúť na dôležitú vlastnosť a to je v tomto prípade pozitívny vzťah k deťom. [7]

Každý úspešný riaditeľ školy si je dobre vedomý toho, že ľudia sú najcennejším kapitálom, ktorý škola má. Preto je z pohľadu zvýšenia kvality práce školy jedným z najdôležitejších faktorov dokonalejšie a kvalitnejšie využitie vnútorného potenciálu pedagogických i nepedagogických pracovníkov.

Kvalita práce školy závisí predovšetkým na práci pedagogických pracovníkov, ktorí sú v priamom kontakte s klientmi školy. [7]

Zamestnancov môžeme z hľadiska kontaktu so zákazníkom a ich vplyvu na marketingový mix rozdeliť do 4 základných skupín.

Tabuľka 3.1 – rozdelenie zamestnancov

	Priamy vzťah k marketingovému mixu	Nepriamy vzťah k marketingovému mixu
Častý kontakt so zákazníkom	Kontaktní pracovníci	Obsluhujúci pracovníci
Výnimočný, alebo žiadny kontakt	Koncepční pracovníci	Podporní pracovníci

Zdroj: Payne, A.: Marketing služieb, str. 196

Zákazníci

Zákazník plní v oblasti služieb 3 funkcie – vystupuje ako spolu producent danej služby, jej užívateľ a zároveň hlavný nositeľ informácií.

3.3.6 Materiálne prostredie

Predstavuje všetko, čo nás v danej organizácii obklopuje, vplýva na nás a ovplyvňuje naše rozhodovanie. Spôsobuje v zákazníkovi prvé dojmy a vnemy, ktoré získa pri vstupe do priestoru, v ktorom je daná služba produkováaná a tým pádom navodí či už pozitívny, alebo negatívny postoj k danej organizácii.

Poznáme 2 druhy materiálneho prostredia:

1. základné prostredie - zákazník ho nemôže vlastniť, no aj napriek tomu má výrazný vplyv na kvalitu poskytovanej služby
2. periférne prostredie - je súčasťou služby, buď nemá žiadnu hodnotu, alebo je táto hodnota minimálna. Môžeme tu zaradiť napríklad vstupenku do divadla, či bankomatovú kartu.

Materiálne prostredie zahŕňa nielen vonkajšie prostredie organizácie - či už ide o parkovisko, alebo trávnik pred budovou, takisto tu zaradíme aj fasádu budovy, jej tvar, vzhľad a samozrejme zariadenie interiéru. [8]

3.3.7 Procesy

Sú predstavované postupmi, úlohami, časovými rozvrhmi, pomocou ktorých je služba poskytovaná zákazníkovi.

- podľa stupňa kontaktu: nízka úroveň,
stredná úroveň,
vysoká úroveň.
- podľa nadväznosti jednotlivých krokov: líniové,
zákazkové,
špecifické operácie.
- z hľadiska rozmanitosti
- z hľadiska komplexnosti

Je jednou z hlavných oblastí marketingu služieb. Význam kvality služieb sa neustále zvyšuje práve tak ako aj nároky zákazníkov. „Kvalita je pri nehmotnosti služby a jej premenlivosti faktorom, ktorý predstavuje významnú konkurenčnú výhodu určitej služby a odlišuje ju tak od produktu konkurencie.“ 8

1. *funkčná kvalita* – predstavuje to, akým spôsobom je služba zákazníkovi poskytnutá, jej vnímanie je subjektívnejšie,
2. *technická kvalita* – vzťahuje sa k merateľným vlastnostiam služby.

Na hodnotenie kvality služby zákazník zväčša používa týchto 5 kritérií:

- hmotné prvky – technický stav budovy, oblečenie zamestnancov,
- spoľahlivosť – presnosť výkonu služby, dosiahnutie úžitku spojeného s uspokojením potrieb.

20

- schopnosť reakcie – reakcia na požiadavky zákazníka,
- istota – zdvorilosť, kvalifikácia, bezpečnosť,
- empatie, pochopenie – vcítenie sa do potrieb zákazníka. [8]

Jedným zo základných rozhodnutí, ktoré musí každá vzdelávacia inštitúcia urobiť, je rozhodnutie o tom, aký vzdelávací program, prípadne, aké ďalšie služby bude ponúkať. Šírka a kvalita ponuky školy je jedným z dôležitých faktorov pre tržné umiestnenie školy vo vzťahu ku konkurencii a pre určenie záujmu zákazníkov o jej služby. [7]

4. Metodika

Vo svojej bakalárskej práci som použila ako sekundárne, tak aj primárne dáta. Zdrojom sekundárnych dát bola predovšetkým odborná literatúra, takisto informácie od riaditeľky materských škôl, významným zdrojom dát bol internet.

Primárne dáta som získala pomocou marketingového výskumu a takisto z rozhovoru s pani riaditeľkou, ktorá mi poskytla základné informácie, o ktoré sa celý výskum opieral.

Marketingový výskum je tvorený 2 fázami – prípravnou a realizačnou.

4.1 Prípravná fáza

Základnú časť tejto fázy predstavuje definovanie cieľa marketingového výskumu. Cieľom môjho výskumu bolo zistiť, aké zvýšenie kvality poskytovaných služieb by uvítali rodičia v MŠ, ktorú ich dieťa navštevuje. Takisto určiť základné problémy, ktoré trápia rodičov a na základe týchto informácií ďalej rozvíjať a rozširovať služby.

Metóda zberu dát

Pri zbere dá som využila metódu dotazovania. Dotazník bol v písomnej forme a bol rozdán rodičom detí, ktoré tieto MŠ navštevujú.

Štruktúra dotazníku

Keďže na materských školách nie sú vytvorené rovnaké podmienky a líšia sa od seba vo výučbe cudzieho jazyka, bolo potrebné vytvoriť 2 dotazníky.

1. variant dotazníka bol určený pre rodičov detí navštevujúcich MŠ na Trnavskej ulici, kde je realizovaná výučba anglického jazyka. Rozdiel oproti 2. variante spočíval v otázke číslo 6. V prípade dotazníka pre MŠ na Trnavskej ulici bola táto otázka zameraná na spokojnosť s výučbou, na rozdiel od dotazníka určeného pre rodičov detí z MŠ na Varšavskej ulici, kde táto otázka sa orientovala predovšetkým na to, či by rodičia uvítali zavedenie výučby aj na tejto MŠ.

Ostatné otázky boli rovnaké u oboch variant. Celkovo teda dotazník obsahoval 19 otázok, rôzneho typu. Išlo o identifikačné otázky, škály a batérie. Takisto sa vyskytli otázky otvorené, uzavreté a polo uzatvorené.

Väčšina otázok bola zameraná na zistenie spokojnosti s poskytovanými službami. V otvorených otázkach bol vytvorený priestor, kde mohli rodičia vyjadriť svoje názory, postoje a návrhy na zlepšenie, či uvedenie problémov, s ktorými sa v danej organizácii stretávajú.

Respondenti mali možnosť vybrať pri každej otázke iba jednu odpoveď, pokiaľ nebolo uvedené inak.

Predtým, ako boli dotazníky rozdane rodičom prebehla pilotáž, pomocou ktorej bola overená správna forma a pochopiteľnosť otázok na vzorke 10 respondentov. Prostredníctvom pilotáže som zistila, že otázku číslo 3 bude lepšie koncipovať ako polo uzatvorenú, namiesto otvorenej, pretože niektorí respondenti si vo chvíli, keď vyplňali dotazník, nemohli spomenúť na zdroje informácií.

Dotazník bol vytvorený tak, aby sa pomocou neho dali potvrdiť, alebo vyvrátiť hypotézy, ktoré sme si vopred určili.

Definovanie hypotéz

H1: Väčšina rodičov by uvítala vytvorenie webových stránok o materskej škole.

H2: Menej ako polovica rodičov je spokojných s prostredím materskej školy.

H3: Väčšina rodičov hodnotí pozitívne výučbu cudzieho jazyka, respektíve by túto výučbu uvítala i v MŠ Varšavská.

H4: Medzi najdôležitejšie faktory pri výbere MŠ patria hlavne vzdialenosť od bydliska, pedagógovia a pracovný plán detí.

Výberový súbor

Marketingový výskum som realizovala priamo v materských školách. Respondentov som zvolila z okruhu rodičov detí. Aby bolo zaistené, že sa dotazník dostane k rodičovi, boli rozdane do skriniek detí, kde mali rodičia možnosť si ho zobrať, keď prídu pre svoje dieťa do MŠ.

Základný súbor predstavovali všetci rodičia, ktorých deti navštevujú tieto materské školy. Veľkosť výberového súboru bola spolu 132 respondentov, kde 101 respondentov bolo z MŠ Trnavská a 31 respondentov z MŠ Varšavská. Obe skupiny boli vybrané nereprezentatívnou technikou.

Harmonogram činností

Tabuľka 4.1 – harmonogram činností

Činnosti	Mesiac			
	1/10	2/10	3/10	4/10
Definovanie problému, hypotéz a cieľa	x			
Získavanie sekundárnych informácií	x			
Plán výskumu	x			
Tvorba dotazníku		x		
Pilotáž		x		
Zber údajov		x	x	
Spracovanie údajov			x	
Analýza údajov			x	

Zdroj: vlastné spracovanie

4.2 Realizačná fáza

Zber dát

Prebiehal od 12. februára 2010 až do 10. marca 2010, ako je znázornené aj v harmonograme činností. Výskum sa realizoval na obidvoch materských školách.

Spracovanie dát

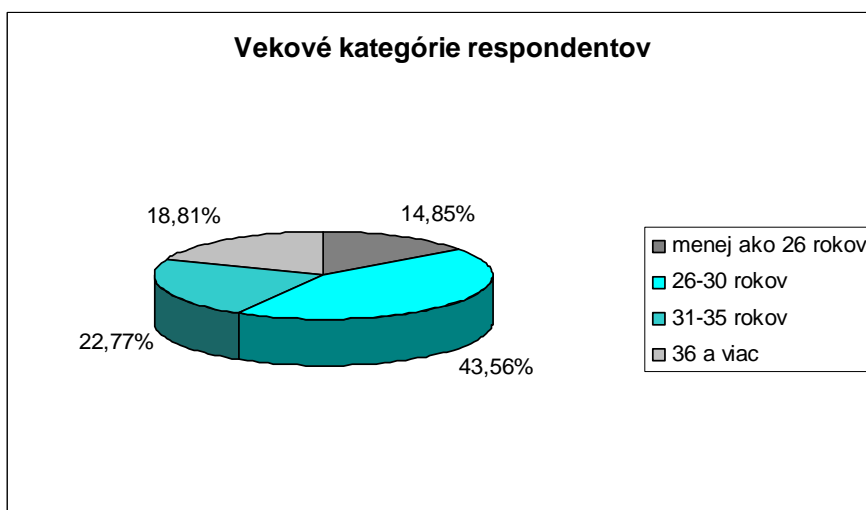
Na spracovanie získaných informácií boli využité programy Microsoft Office Word a Microsoft Office Excel, pomocou ktorého som si vytvorila datovú maticu. Respondentov som rozdelila do viacerých kategórií a to jednak z hľadiska pohlavia a takisto podľa veku do 4 vekových skupín. Z dôvodu odlišných podmienok v obidvoch materských školách som sa rozhodla vyhodnotiť výsledky výskumu v každej škôlke samostatne a tým zistiť, na čo by sa mala ktorá škôlka pri zlepšovaní a rozširovaní poskytovaných služieb špecializovať.

Charakteristika respondentov

Počet respondentov, ktorých deti navštevujú Materskú školu na Trnavskej ulici bolo celkom 101, z čoho bolo 39 mužov a 63 žien.

Ako ukazuje obrázok 4.1, až 43,56% respondentov bolo vo vekovej kategórii od 26 - 30 rokov, za nimi nasledovala kategória do 35 rokov.

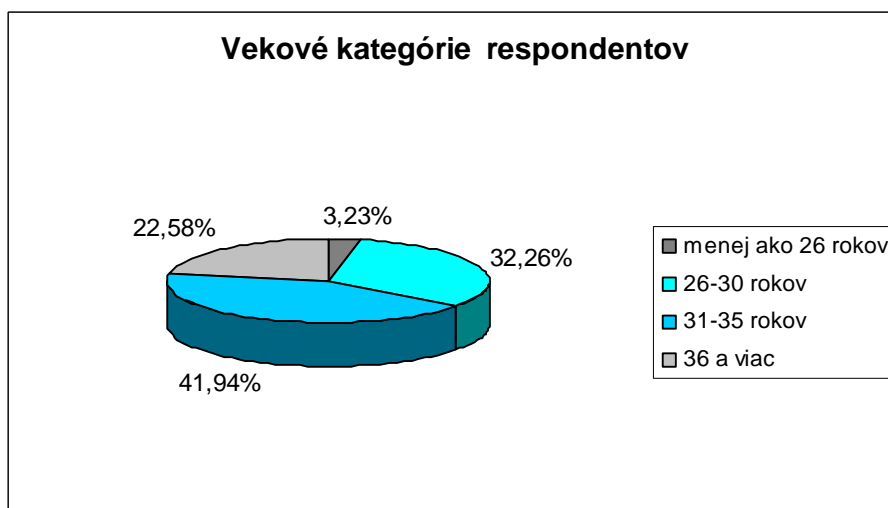
Graf 4.3 – vekové kategórie respondentov z MŠ Trnavská



Zdroj: vlastné spracovanie

Respondentov z Materskej školy na Varšavskej ulici bolo celkom 31. Prevažovali ženy, ktorých bolo 24 žien a 7 mužov. Najviac respondentov tvorili rodičia vo veku 31 – 35 rokov, ktorých bolo 41,94%, na druhom mieste z hľadiska početnosti bola veková skupina 26 – 30 rokov so zastúpením viac ako 32%. (viď obrázok 4.2.)

Graf 4.4 – vekové kategórie respondentov z MŠ Varšavská



Zdroj: vlastné spracovanie

5. Analýza výsledkov

Výsledky výskumu som získala na základe vyplnených dotazníkov, ktorých 101 pochádzalo od rodičov detí, ktoré navštevujú materskú školu na Trnavskej ulici a 31 od rodičov detí z Materskej školy Varšavská. Tento výskum bol zameraný predovšetkým na zistenie spokojnosti, resp. nespokojnosti, a návrhov na zlepšenie služieb na obidvoch materských školách. Keďže podmienky na obidvoch materských školách nie sú úplne rovnaké rozhodla som sa samostatne vyhodnotiť obidve varianty dotazníkov, hoci sa líšili iba v 1 otázke.

5.1 Materská škola Varšavská

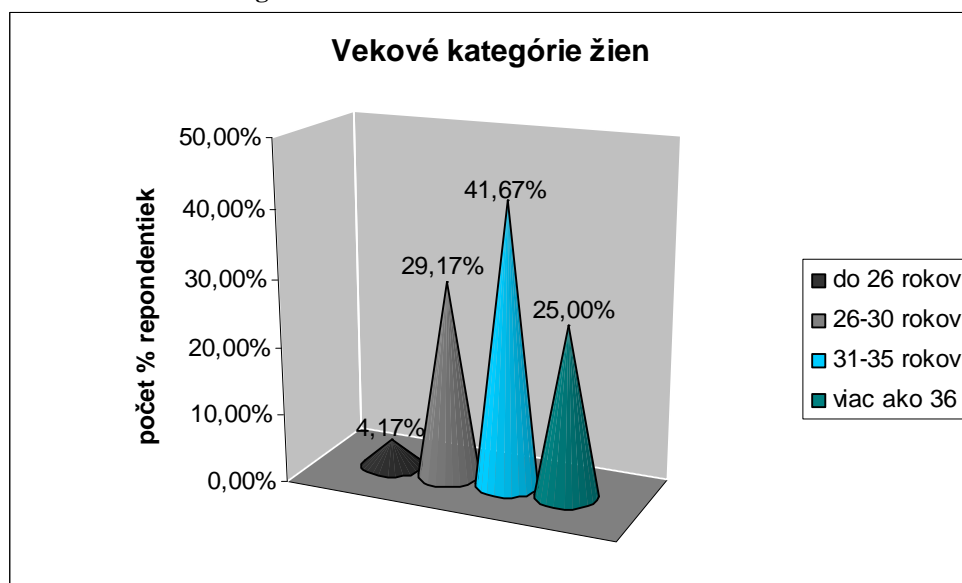
5.1.1 Základné informácie

Štruktúra respondentov

Podobne ako na MŠ Trnavská aj tu dominovali respondentky ženy, ktorých bolo 24 a 7 respondentov bolo mužského pohlavia.

Z hľadiska vekovej štruktúry u skupiny mužov 6 respondenti patrili do kategórie od 26 do 35 rokov, iba 1 respondent mal viac ako 36 rokov. U žien prevládala veková skupina od 31 do 36 rokov, so zastúpením 41,67%. Iba jedna respondentka patrila do skupiny menej ako 26 rokov.

Graf 5.1 – vekové kategórie žien z MŠ Varšavská



Zdroj: vlastné spracovanie

Spôsob získavania informácií

Napriek tomu, že obidve materské školy tvoria jeden celok, až 28 z 31 respondentov uviedlo, že predchádzajúcu skúsenosť s danou materskou školou nemá, z čoho vyplýva, že ide o rodičov, ktorých deti nenavštevovali ani materskú školu so sídlom na Trnavskej ulici.

Hlavným zdrojom informácií boli noviny a to až pre 48,39% respondentov, hneď za nimi sa umiestnili informácie získané od známych so zastúpením 45,16% a necelých 10% respondentov uviedlo ako zdroj vlastnú predchádzajúcu skúsenosť a pre ďalších 10% to bol oznam od Mestského úradu. Zvyšok získal informácie na internete.

Navštevovanosť škôlky

V rámci navštevovanosti materskej školy až 93,55% respondentov uviedlo, že túto MŠ navštevuje iba jedno ich dieťa, u zvyšných respondentov sú to 2 deti.

Iba 3 z celkového počtu respondentov uviedli, že ak by mali možnosť znovu vybrať pre svoje dieťa materskú škôlku, vybrali by si inak. Príčinou u dvoch respondentov bola veľmi veľká vzdialenosť od miesta bydliska a tretí respondent udal ako dôvod zmeny chýbajúce ihrisko.

5.1.2 Možnosti zlepšenia

Zriadenie internetových stránok

Možnosť zriadenia internetových stránok by uvítalo až 83,87% respondentov. Ak by sme brali do úvahy rozdelenie podľa pohlavia, tak o realizáciu webových stránok s informáciami o MŠ prejavili väčší záujem ženy, išlo o viac ako 91%, pričom u mužov sa k možnosti realizácie priklonila len približne polovica respondentov.

Z hľadiska vekových kategórií by prijali túto novinku všetci 7 respondenti, ktorých vek je viac ako 36 rokov a takisto aj jediný predstaviteľ vekovej kategórie do 26 rokov.

Výučba cudzích jazykov

Až 26 respondentov z celkového množstva 31 by uvítalo zavedenie výučby cudzieho jazyka na MŠ. Takisto aj v tomto prípade bol tento návrh úspešnejší u žien, kde 91,67% respondentiek odpovedalo kladne na otázky týkajúcu sa zavedenia cudzieho jazyka, na rozdiel od mužov, kde sa k danej téme kladne vyjadrilo 57,14% respondentov. Ako zobrazuje tabuľka 5.1, ženy sú ochotné za výučbu priplatiť viac ako muži.

Tabuľka 5.1 – ceny, ktoré sú ochotní priplatiť rodičia, rozdelené podľa pohlavia

Cena, ktorú sú rodičia ochotní zaplatiť za výučbu jazyka	Muži v %	Ženy v %
Nič	57,14%	12,50%
Do 5 €	28,57%	62,50%
Do 8 €	14,29%	16,67%
Viac	0,00%	8,33%

Zdroj: vlastné spracovanie

Športové aktivity

Viac ako $\frac{3}{4}$ respondentov považujú za dôležité, aby sa ich dieťa venovalo športu a športovým aktivitám už od detstva.

S najväčším úspechom sa u rodičov stretli: tanečná, ktorú by prijalo 61,29% na druhom mieste bolo plávanie, ku ktorému sa priklonilo 54,84% respondentov. Ostatné športy, ako lyžovanie, futbal, gymnastiku by uvítalo zhodne po 3,23% rodičov.

V kategórii mužov 6 zo 7 respondentov uviedlo, že je pre nich dôležité, aby sa dieťa venovalo športu. Záujem prejavili iba o tanečnú a plávanie.

Takisto u žien bol najväčší záujem o tanečnú – 62,50% respondentiek a o plávanie, ktoré by uvítalo 58,33% všetkých respondentiek.

Okolie materskej školy

S okolím, ktoré obklopuje materskú školu na Varšavskej ulici je spokojných iba 35,48% rodičov. Respondenti sa vyjadrili, že hlavným problémom je chýbajúce oplatenie, ktoré uviedlo ako jednu z podstatných nevýhod až 75% respondentov. Z dotazníkov ďalej vyplynulo, že problémom sú chýbajúce preliezačky pre 40% respondentov, $\frac{1}{4}$ rodičov by uvítala vysadenie zelene v okolí a 5% by prijalo lavičky, na oddych pri hre s deťmi.

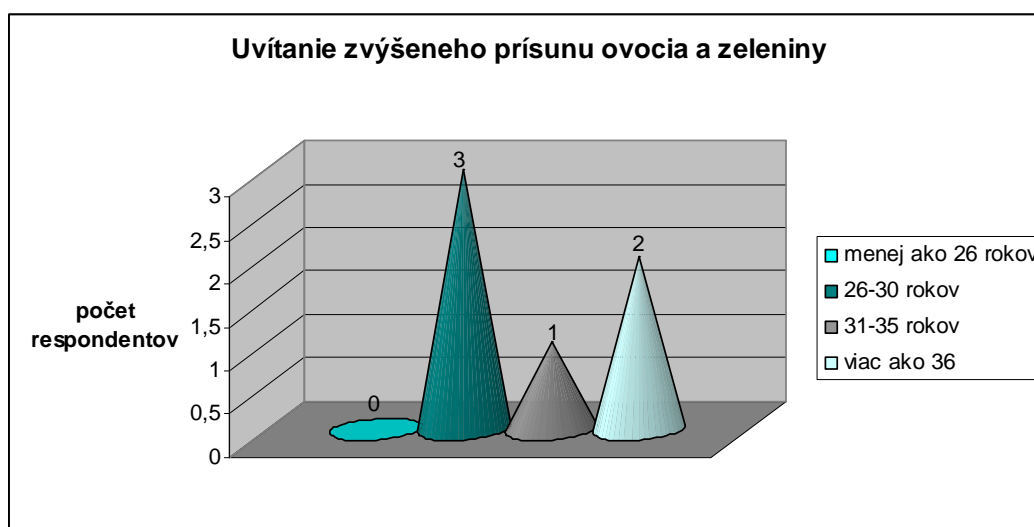
Všetkých 31 respondentov uviedlo, že by ocenili znovuobnovenie dopravného ihriska.

Stravovanie

Spokojnosť so stravovaním prejavilo 80,65% respondentov. Jedinú vec, ktorú by uvítali, by bolo podávanie väčšieho množstva ovocia a zeleniny, čo uviedli všetci 6 respondenti, ktorí boli nespokojní so stravovaním. Zaujímavé je, že nespokojnosť sa prejavila iba u žien.

Ako ilustruje graf, toto zlepšenie by uvítala hlavne veková kategória 26 – 30 rokov.

Graf 5.2 – názor respondentov na zvýšený prísun zeleniny a ovocia, podľa vekových kategórií



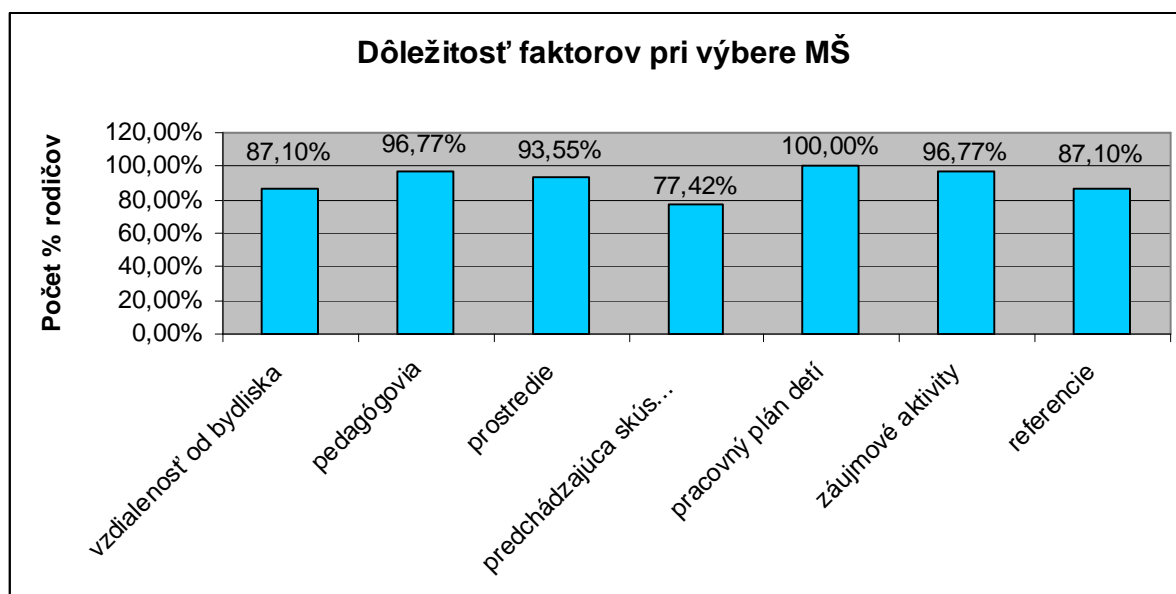
Zdroj: vlastné spracovanie

Porovnanie spokojnosti a dôležitosti

Ako zobrazuje graf č. 5.3, pri výbere MŠ sú pre rodičov najdôležitejšie pracovný plán detí, pedagogický personál a záujmové aktivity, naopak najmenej dôležitá je predchádzajúca skúsenosť.

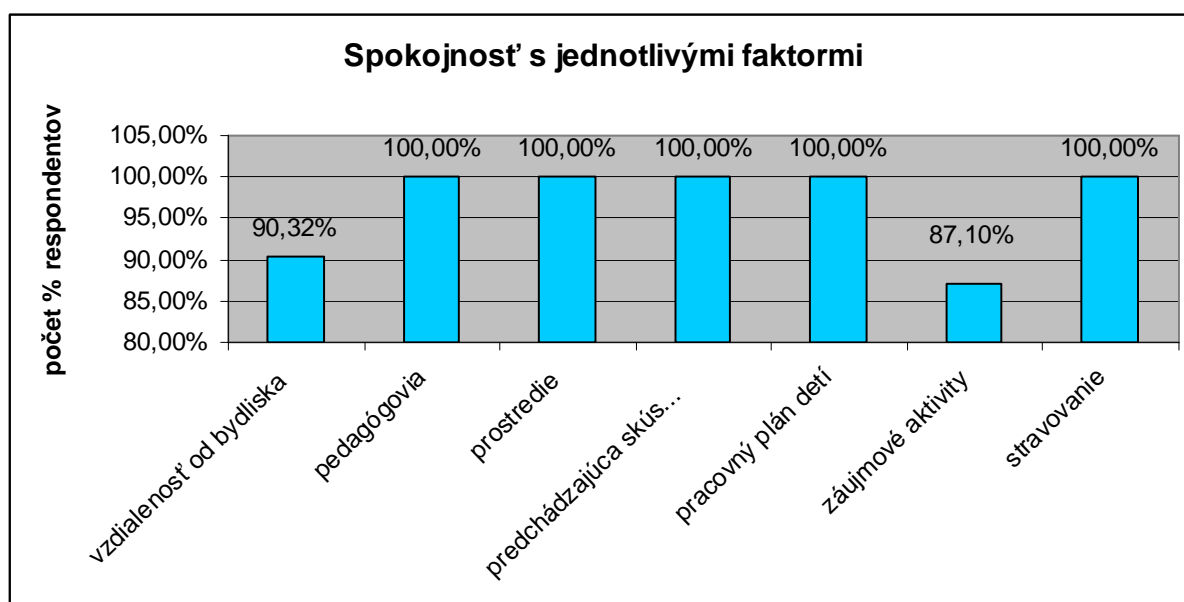
Respondenti vyjadrili 100% spokojnosť s všetkými faktormi okrem záujmových aktivít, kde 12,90% respondentov uviedlo, že sú nespokojní a veľmi nespokojní a vzdialenosti od bydliska, s ktorou bolo nespokojných necelých 10%. Jedným z dôležitých faktorov vo výučbe je ľudský faktor a ako ukazuje výskum, respondenti vyjadrili 100% spokojnosť.

Graf 5.3 – vyjadrenie dôležitosti jednotlivých faktorov



Zdroj: vlastné spracovanie

Graf 5.4 – vyjadrenie spokojnosti s jednotlivými faktormi



Zdroj: vlastné spracovanie

5.2 Materská škola Trnavská

5.2.1 Základné informácie

Štruktúra respondentov

Z tejto materskej školy som získala 101 respondentov. Z toho bolo 39 mužov a 62 žien.

Z vekového hľadiska tvorili najpočetnejšiu skupinu respondenti vo veku 26–30 rokov, konkrétne išlo o 43,56% respondentov, za nimi nasledovala veková skupina 31–35 rokov v zastúpení 22,77% respondentov. Najmenej boli zastúpení rodičia vo veku menej ako 26 rokov, a to necelých 15%.

Spôsob získavania informácií

Viac ako 78% respondentov uviedlo, že má predchádzajúcu skúsenosť s touto materskou školou. Na získanie informácií o materskej škole najviac poslúžila vlastná skúsenosť, ktorú ako zdroj informácií uviedlo 42,57% respondentov, hneď za ňou nasledovali s takmer 40% informácie získané od známych. Necelých 8% respondentov získalo informácie z tlače.

Navštevovanosť škôlky

Takmer 44% respondentov uviedlo, že túto MŠ navštevuje iba jedno ich dieťa, viac ako 1/3 uviedla, že žiakmi škôlky sú 2 ich deti a zvyšok respondentov uviedol, že materskú školu navštevujú 3 a viac ich detí.

V prípade opätovného výberu materskej školy by sa pre zmenu rozhodol iba 1 rodič, pričom hlavným dôvodom tejto zmeny bolo to, že táto organizácia na respondenta nepôsobí dobre.

5.2.2 Možnosti zlepšenia

Zriadenie internetových stránok

Ďalšia otázka dotazníka sa týkala vytvorenia webových stránok, kde 89% všetkých respondentov uviedlo, že by uvítali vytvorenie takýchto stránok, kde by mohli nájsť podrobné informácie týkajúce sa nielen samotnej materskej školy, ale akcie naplánované pre deti a aktuality a novinky.

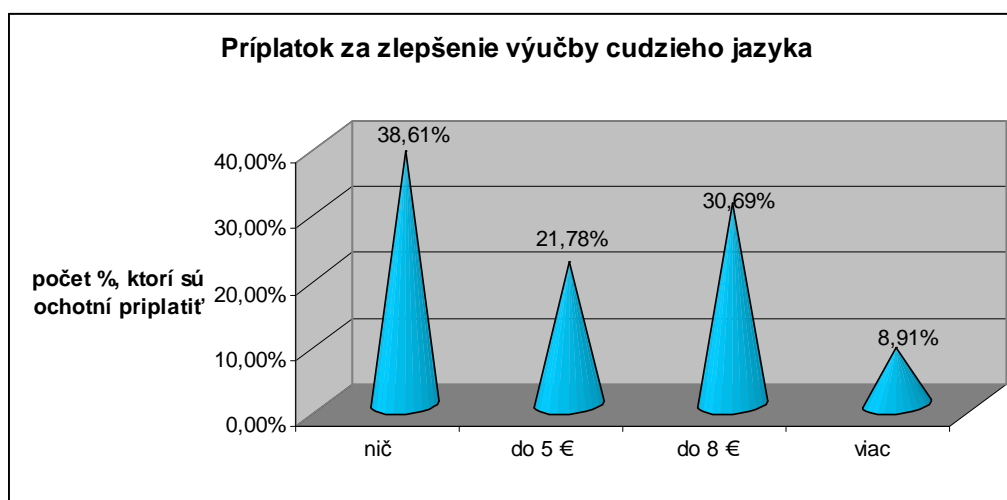
Z hľadiska rozdelenia podľa veku najviac by realizáciu stránok uvítala skupina rodičov vo veku 26–30 rokov, kde sa k tomuto rozšíreniu služieb kladne vyjadrilo viac ako 93% respondentov. Najmenšie zastúpenie kladnej odpovede, 80%, sa vyskytovalo u rodičov, ktorí mali menej ako 26 rokov.

Výučba cudzích jazykov

V súčasnom období je výučba cudzích jazykov jedným z dôležitých faktorov konkurenčného boja, ktorým sa snažia materské školy získať svojich zákazníkov. Väčšina takýchto organizácií realizuje hodiny buď priamo v mieste svojho pôsobenia, alebo v spolupráci s inými materskými školami. Materská škola Trnavská realizuje výučbu priamo v budove materskej školy.

Viac ako $\frac{3}{4}$ respondentov hodnotia výučbu pozitívne. Ak by sme brali do úvahy rozdelenie respondentov podľa vekových kategórií, zo skupiny rodičov vo veku nad 36 rokov označilo v dotazníku spokojnosť s výsledkami a úrovňou výučby anglického jazyka iba necelých 58%. U ostatných vekových kategórií spokojnosť presiahla 73%.

Graf 5.5 – príplatky za zlepšenie výučby cudzieho jazyka



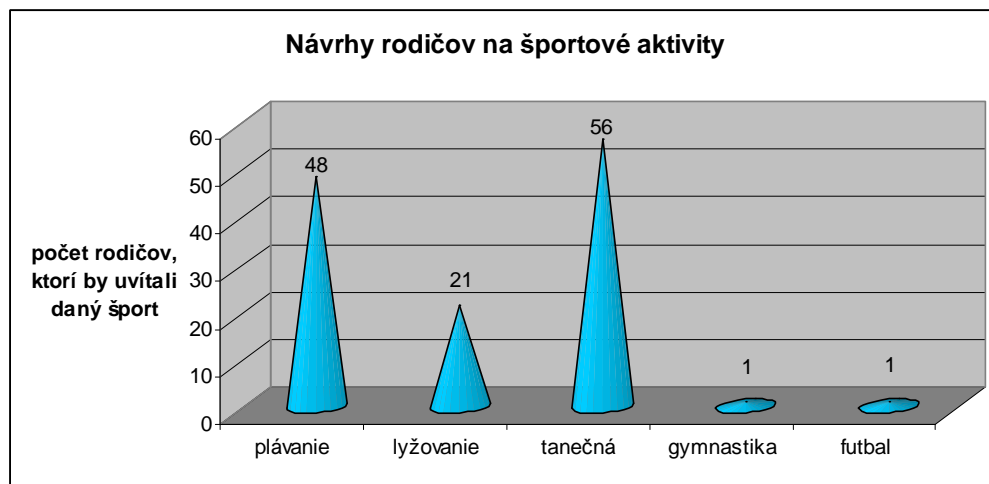
Zdroj: vlastné spracovanie

Športové aktivity

Vyhodnotenie dôležitosti športových aktivít pre deti od detstva ukázalo, že viac ako 90% rodičov si myslí, že je prospešné, aby sa deti už od malička venovali športu a športovým aktivitám. Rovnaké výsledky sa objavili aj po rozdelení respondentov na mužov a ženy. Podobný výsledok, na hranici 90% sa objavil aj u rodičov, ktorí majú menej ako 36 rokov.

Iba vo vekovej skupine rodičov nad 36 rokov, je športová aktivita menej dôležitá, na otázku odpovedalo kladne iba 84% respondentov.

Graf 5.6 – návrhy rodičov na športové aktivity



Zdroj: vlastné spracovanie

Okolie materskej školy

Na otázku týkajúcu sa spokojnosti s prostredím obklopujúcim materskú školu, odpovedalo viac ako 88% respondentov kladne. Zvyšok respondentov by uvítal skvalitnenie prostredia materskej školy predovšetkým prostredníctvom vybudovania nového oplotenia areálu materskej školy, ktoré by oddelilo prostredie školy od ostatného okolia, a tým pádom by sa zabránilo vstupu ako neželaných osôb a zároveň by sa vyriešil aj problém so psami, ktoré sa častokrát pohybovali po ploche detského ihriska.

Ďalšou možnosťou, ktorú respondenti uviedli vo svojich odpovediach bolo vybudovanie nových preliezačiek pre deti pred budovou materskej školy.

Respondenti do odpovedí zahrnuli problémy týkajúce sa nielen okolia materskej školy, ale aj nedostatky samotnej budovy, kde sa najčastejšie objavoval ako hlavný problém nedostatok priestoru, ktorý je určený na hry a takisto málo hračiek pre deti.

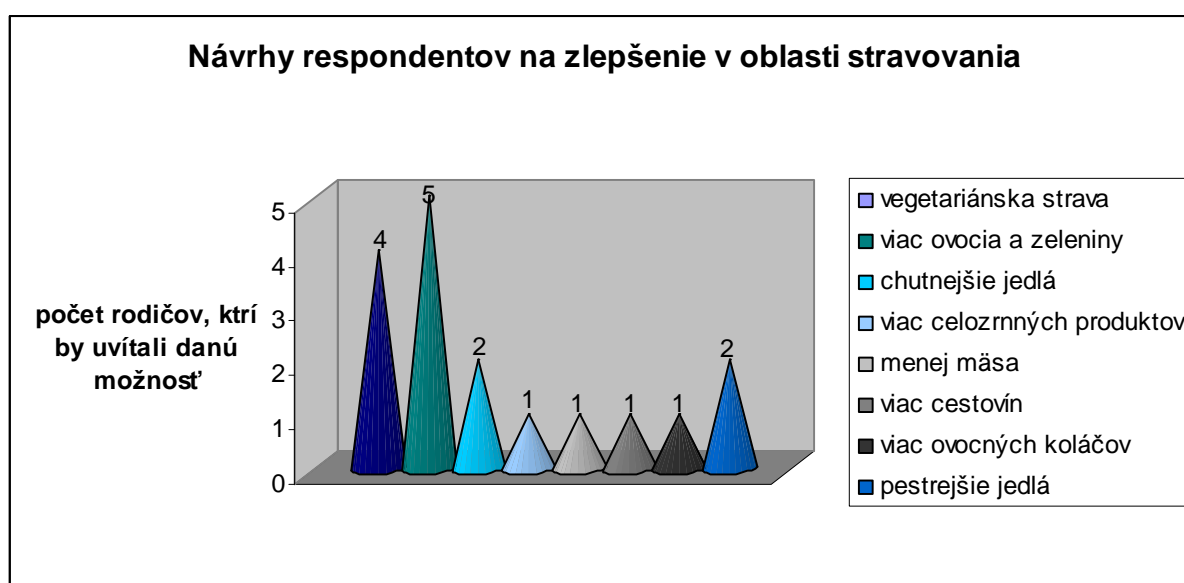
Viac ako 93% respondentov uviedlo, že by uvítalo znovuoobnovenie dopravného ihriska, aj napriek tomu, že v lete roku 2009 bolo vytvorené v neďalekom okolí úplne nové dopravné ihrisko. Rovnaký výsledok som získala aj po rozdelení respondentov podľa pohlavia a takisto aj podľa vekových kategórií.

Stravovanie

V oblasti stravovania vyjadrilo svoju nepokojnosť necelých 15% všetkých respondentov. Ak by sme brali do úvahy rozdelenie na mužov a ženy, vo vyhodnotení som zistila, že so stravovaním sú spokojnejší muži, a to viac ako 87% dotazovaných respondentov. U žien bola spokojnosť približne o 3% nižšia.

Najväčší záujem bol predovšetkým o zvýšenie prísunu ovocia a zeleniny. Takisto by rodičia uvítali nahradenie klasického pečiva celozrnnými výrobkami. Objavili sa aj návrhy na viac jedál z cestovín a zavedenie vegetariánskej stravy.

Graf 5.7 – návrhy rodičov v oblasti stravovania



Zdroj: vlastné spracovanie

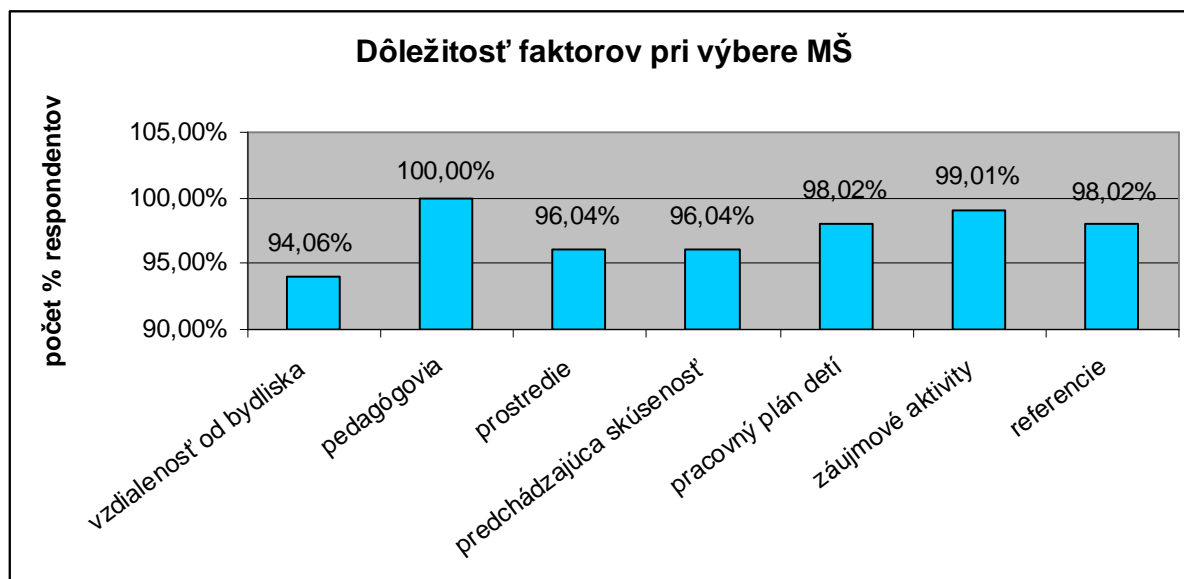
Porovnanie spokojnosti a dôležitosti

Graf č. 5.8 zobrazuje, že respondenti uviedli ako najdôležitejší faktor pedagogický personál, záujmové aktivity, pracovný plán detí a referencie. Ako nedôležité označili necelé 4% respondentov prostredie a predchádzajúcu skúsenosť a necelých 6% rodičov uviedlo, že považuje za nedôležitú vzdialenosť od bydliska.

Z hľadiska spokojnosti bola 100% spokojnosť s pedagógmi a 99,01% bolo spokojných so stravovaním a pracovným plánom detí.

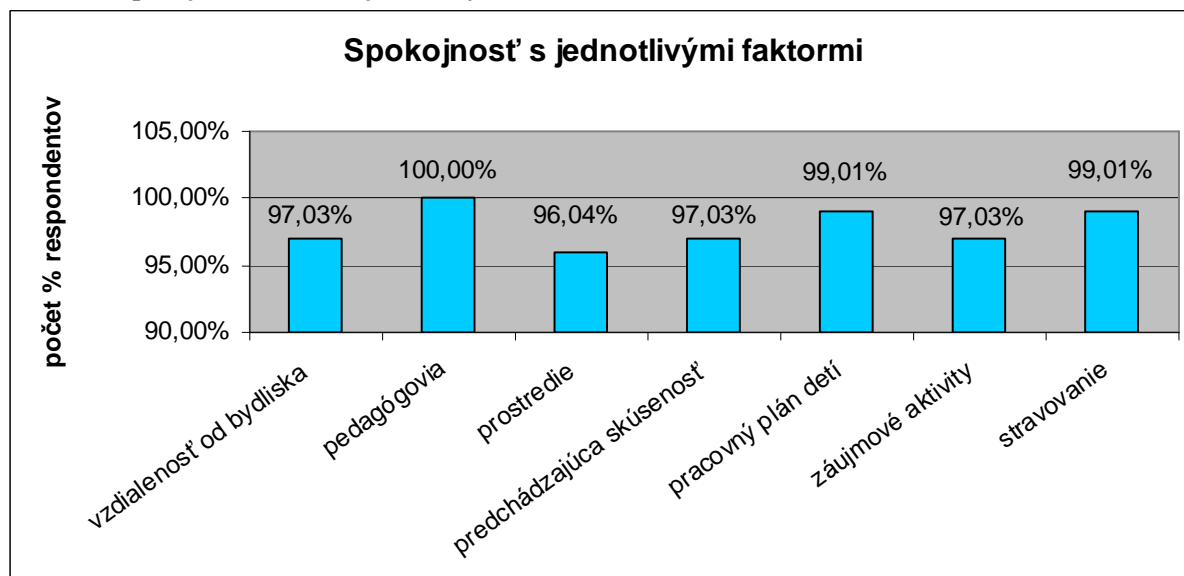
Na rozdiel od MŠ na Varšavskej ulici respondenti vyjadrili menšiu spokojnosť s pedagogickými pracovníkmi.

Graf 5.8 – dôležitosť jednotlivých faktorov pri výbere MŠ



Zdroj: vlastné spracovanie

Graf 5.9 – spokojnosť rodičov s jednotlivými faktormi



Zdroj: vlastné spracovanie

5.3 Vyhodnotenie hypotéz

Hypotéza číslo 1:

Tvrdila, že väčšina rodičov by uvítala vytvorenie webových stránok o materskej škole.

Táto hypotéza sa potvrdila, pretože priemerne 86,49% respondentov z obidvoch materských škôl v dotazníku uviedlo, že by prijali vytvorenie stránok s podrobným obsahom a informáciami týkajúcimi sa materskej školy.

Hypotéza číslo 2:

Menej ako polovica rodičov je spokojných s prostredím materskej školy.

Táto hypotéza sa nepotvrdila, pretože priemer je 61,80%. V prípade, že by sme brali do úvahy iba materskú školu na Varšavskej ulici, spokojnosť s prostredím bola len 35,48%, vtedy by sa nami zadaná hypotéza potvrdila.

Hypotéza číslo 3:

Väčšina rodičov hodnotí pozitívne výučbu cudzieho jazyka, respektíve by túto výučbu uvítala i v MŠ Varšavská.

Táto hypotéza sa potvrdila, pretože viac ako 75% respondentov z MŠ Trnavská hodnotí pozitívne výučbu cudzieho jazyka a zároveň viac ako 83% respondentov na MŠ Varšavská by uvítalo zavedenie výučby.

Hypotéza číslo 4:

Medzi najdôležitejšie faktory pri výbere MŠ patria hlavne vzdialenosť od bydliska, pedagógovia a pracovný plán detí.

Táto hypotéza sa nepotvrdila úplne, pretože medzi podľa výsledkov výskumu, sú pre rodičov dôležitejšími nielen pedagógovia a vzdialenosť od bydliska, ale takisto aj prostredie, a okolie školy, ktoré sa ukázalo dôležitejším než pracovný plán detí.

5.4 SWOT analýza

Na základe rozhovoru s riaditeľkou materských škôl a takisto vychádzajúc z výsledkov marketingového výskumu som vytvorila schému zobrazujúcu silné a slabé stránky, ako aj príležitosti a hrozby.

Silné stránky

Silnou stránkou je predovšetkým výborná lokalizácia, pretože MŠ sa nachádzajú v tichom prostredí, takisto aj skutočnosť, že sídlisko, na ktorom sa nachádzajú je najväčším zo všetkých sídlisk v meste Žilina.

Takisto tu môžeme zaradiť aj vzdialenosť od zástavky MHD, ktorá je v prípade obidvoch materských škôl približne 7 minút chôdze.

Za ďalšiu významnú výhodu môžeme považovať tradíciu v tom význame, že MŠ na Trnavskej ulici funguje už nepretržite 27. školský rok. Síce MŠ na Varšavskej je v prevádzke iba prvý rok, takisto nadväzuje na svoju tradíciu - ide totiž o znovu obnovenú materskú školu, ktorá bola z dôvodu nedostatku detí na určitý čas zatvorená.

Ďalším pozitívom je množstvo voľno časových aktivít, ktoré sú realizované nielen v MŠ ale aj v spolupráci s inými organizáciami, ako napríklad s Centrom voľného času v Žiline.

Takisto za silnú stránku organizácie môžeme považovať aj pedagogický personál, ktorý neustále rozvíja svoje schopnosti a zvyšuje kvalifikáciu prostredníctvom rôznych odborných seminárov. Personál je tvorený rôznymi vekovými kategóriami, čo takisto považujem za veľký prínos.

Slabé stránky

Významnou slabou stránkou je zanedbané okolie Materskej školy Varšavská, a to predovšetkým z dôvodu chýbajúceho oplotenia. Tým pádom nie je zabránený vstup nepovolaných osôb a na detskom ihrisku sa pohybujú aj zvieratá, a tým je narušená čistota prostredia, ktorá je pre detí veľmi dôležitá.

Takisto slabou stránkou je slabá reklama a hlavne chýbajúce webové stránky, ktoré by oboznámili rodičov s možnosťami a činnosťami v MŠ.

Príležitosti

Príležitosťou je vytváranie ďalších aktivít a činností pre deti, takisto dobrá komunikácia s ostatnými materskými školami a ich vzájomná spolupráca v rámci činností, akými sú napríklad plavecký výcvik. Ďalšou príležitosťou je pomoc rodičov, ktorí sú ochotní pomôcť s drobnými opravami a výrobou pomôcok pre deti.

Ohrozenia

Hlavným ohrozením je klesajúca populačná tendencia, tým pádom, bude čoraz menej detí, ktoré tvoria potenciálnych zákazníkov materskej školy. V dôsledku poklesu detí vzrastie konkurencia, ktorá je tiež veľkým ohrozením fungovania materských škôl. V súčasnom období sa na sídlisku Vlčince nachádzajú 4 materské školy. V neposlednom rade tu zaradíme aj nedostatok finančných prostriedkov, ktoré sú nevyhnutné pri realizácii akéhokoľvek zlepšenia poskytovaných služieb.

Tabuľka 5.2 – SWOT analýza

STRENGTHS – silné stránky <ul style="list-style-type: none">• tiché prostredie• blízkosť zástavky MHD• dobré meno a tradícia• pedagogický personál• voľno časové aktivity	WAKNESSES – slabé stránky <ul style="list-style-type: none">• chýbajúce opлотenie• chýbajúce webové stránky• zlý vzhľad budov
OPPORTUNITIES – príležitosti <ul style="list-style-type: none">• spolupráca a komunikácia s inými MŠ• pomoc rodičov	THREATS – hrozby <ul style="list-style-type: none">• klesajúca populačná tendencia• nárast konkurencie• nedostatok finančných prostriedkov

Zdroj: vlastné spracovanie

6. Návrhy na zlepšenie

Táto kapitola bude zameraná na vytvorenie doporučení na základe výsledkov, ktoré vyplynuli z marketingového výskumu. Napriek tomu, že táto materská škola, má veľmi dobré meno a takisto si získala svojou činnosťou priazeň rodičov, stále je mnoho vecí, ktoré by respondenti uvítali.

Komunikácia

Vytvorenie webových stránok by malo byť jedným zo zásadných krokov. Ide totiž o jednu z foriem marketingovej komunikácie, ktorá má hlavne v dnešnej modernej dobe veľký význam. Súčasná generácia čoraz viac využíva internet a informácie získané pomocou neho. Prostredníctvom stránok by mohla MŠ prezentovať svoju činnosť, informovať potenciálnych zákazníkov o tom, prečo je práve ich organizácia najvhodnejšia. Vytvorením archívu s fotografiami by bol dotvorený celkový obraz školy - či už pôjde o fotografie interiéru a exteriéru, alebo z rôznych akcií a podujatí, ktoré škôlka pravidelne usporadúva pre svojich žiakov.

Prostredie a vybavenie

Ďalej by bolo vhodné vytvoriť lepšie podmienky nielen na stravovanie, ale takisto aj na hru. Keďže jedáleň slúži zároveň ako časť na hranie, je pokrytá kobercom. Častokrát sa však stáva, že malé deti vylejú nejaký nápoj, alebo vysypú jedlo na zem. Keďže ide o koberec, nie je možné ho úplne vyčistiť. Tým pádom sa v ňom môžu vyskytovať rôzne baktérie a smeti, preto by som odporučila využiť namiesto koberca iný materiál, napríklad plávajúcu podlahu, alebo PVC krytinu. Najideálnejším riešením by však bolo vytvorenie samostatnej jedálenskej časti.

Výučba cudzích jazykov

V dnešnej dobe je znalosť cudzích jazykov veľmi dôležitá, veď nie nadarmo sa hovorí: „Koľko rečí vieš, toľkokrát si človekom.“ Najlepšie podmienky na učenie sa cudzích jazykov majú práve deti, ktoré majú obrovskú schopnosť zapamätať si nové výrazy a slová.

Keďže každý rodič sa snaží, aby jeho dieťa získalo čo najlepší základ do života je v jeho záujme, aby sa už od skorého detstva venovalo cudzím jazykom. To je pre materskú školu významná možnosť ako prilákať nových zákazníkov. Preto považujem za vhodné, aby

sa MŠ naďalej venovala tejto činnosti, a v prípade materskej školy na Varšavskej ulici by som takisto zaviedla pravidelnú výučbu. Ako ukázal výskum, túto možnosť by uvítalo viac ako 80% respondentov, dokonca viac ako $\frac{3}{4}$ rodičov by boli ochotné priplatiť za zrealizovanie tejto možnosti sumou minimálne 5 €.

6.1 MŠ Varšavská

Prostredie a vybavenie

Na MŠ Varšavská je jednou z veľkých nevýhod predovšetkým to, že spojenie 2 tried, kde jedna sa nachádza na prízemí a druhá na 1. poschodí, je cez vonkajšie schodisko. Neexistuje tu vnútorné prepojenie, čo je veľmi nepraktické hlavne v zimnom období. Preto by som odporučila vybudovať vnútorné prepojenie, alebo zabezpečiť aspoň určitú ochranu pred vplyvmi počasia presklením tohto priestoru.

Ďalšou možnosťou, ako zlepšiť podmienky je vybudovanie oplotenia. Ide o hlavný dôvod nespokojnosti rodičov s prostredím, ktoré obklopuje túto materskú školu. Keďže chýba oplotenie, nie je areál uzatvorený, a tým pádom sa môžu na tomto pozemku pohybovať nielen rôzne osoby, ale takisto aj zvieratá, kde hlavne psy spôsobujú znečistenie celého okolia. Keďže tu bolo vybudované nové pieskovisko, ktorého kvalita sa neustále kontroluje, bolo by vybudovanie oplotenia vhodným krokom, pretože znečistenie zhoršuje možnosti detí hrať sa vonku.

Takisto by bolo vhodné upraviť celkové okolie materskej školy, aby boli vytvorené lepšie podmienky na hry a zároveň získalo príjemnejší vzhľad. K tomu by prispelo vysadenie zelene a stromov v okolí a vybudovanie lavičiek.

Keďže budova je staršia, odporučila by som obnovenie jej vzhľadu prostredníctvom novej fasády. Týmto krokom by sa stala budova príťažlivejšou pre potenciálnych zákazníkov.

V súčasnej dobe sa prejavil nárast počtu narodených detí, na čo Žilinský kraj nie je dostatočne pripravený. Hlavným dôvodom je to, že v predchádzajúcich obdobiach boli viaceré materské školy z dôvodu nedostatočného množstva detí zatvorené.

Situácia sa pomaly mení, a preto je potrebné zvýšiť kapacitu materských škôl, aby dokázali pokryť narastajúci dopyt zákazníkov. Keďže táto materská škola má k dispozícii priestory, ktoré nie sú využívané, navrhovala by som vytvorenie ešte aspoň jednej triedy. Tým pádom by sa vytvorili podmienky pre prijatie väčšieho množstva žiakov a MŠ by získala nových zákazníkov. Tieto priestory sú vybavené novými plastovými oknami, čiže by vznikli

náklady iba na zariadenie novej triedy a na ďalší pedagogický personál, ktorý by zabezpečil starostlivosť o deti.

Záujmové aktivity

Nezdravý životný štýl neustále ohrozuje životy mnohých ľudí. Preto je pre väčšinu rodičov dôležité, aby si ich dieťa už od malička vytvorilo pozitívny vzťah k športu, stáva sa tak aj odolnejším voči rôznym ochoreniam. Považujem za vhodné, aby sa materská škola zamerala na realizáciu rôznych športových aktivít, akými sú hlavne plávanie, gymnastika, lyžovanie.

Takisto by bolo vhodné zamerať sa na zlepšenie spolupráce s Centrom voľného času v Žiline, s ktorým organizuje materská škola tanečné krúžky pre deti. Odporučila by som vytvorenie viacerých krúžkov, ktoré by boli zamerané na rôzne druhy tanca a takisto zvýšiť kapacitu, pretože ako výskum ukázal, mnoho rodičov by rado prihlásilo svoje dieťa na tanečnú a však problémom je nedostatočná kapacita týchto aktivít.

Stravovanie

Za hlavný problém považujem aj skutočnosť, že strava pre deti nie je priamo pripravovaná v škôlke, ale je dovážaná z kuchyne MŠ na Trnavskej ulici. Týmto prevádzaním však dochádza k znehodnoteniu kvality jedla, a preto by som odporučila vytvorenie samostatnej kuchyne, priamo v budove na Varšavskej ulici. Tým pádom by bolo jedlo ihneď k dispozícii a nebolo by treba ho prevážať.

Pedagogický personál

Ako ukázali výsledky výskumu, spokojnosť s pedagogickými pracovníkmi je 100%, čo však neznamená, že sa na túto oblasť netreba sústrediť. Je veľmi dôležité vytvoriť vhodné pracovné podmienky a zároveň systém odmeňovania. Takisto by som odporučila naďalej získavať nové informácie prostredníctvom školení.

6.2 MŠ Trnavská

Prostredie a vybavenie

Keďže MŠ Trnavská funguje bez prestávky už viac ako 27 rokov, je budova značne opotrebovaná a zastaraná. Ku skvalitneniu služieb poskytovaných v tejto organizácii by určite prospelo aj zlepšenie vzhľadu tejto budovy.

Odporučila by som pokračovať vo výmene starých okien za plastové, s ktorou začala materská škola už v minulom roku. Výmena okien zlepší ako izoláciu od hluku, takisto aj tepelnú izoláciu, tým pádom sa znížia náklady na vykurovanie. Spolu s novými oknami by bolo dobré zaobstarat' aj žalúzie, ktorými je možné vytvoriť lepšie podmienky na poobedňajší spánok detí.

Ako vyplynulo z výskumu rodičia by privítali spestrenie okolia nielen vybudovaním lavičiek a vysadením zelene. V oblasti služieb je prvý dojem veľmi dôležitý, pomáha nám vytvárať si predstavu a očakávania. Pre rodiča je podstatné nielen zariadenie samotnej budovy, ale takisto aj okolie, ktoré obklopuje danú organizáciu. Takmer každý deň, pokiaľ to počasie dovoľuje, sú pedagógovia s deťmi vonku. Či už ide o obyčajnú vychádzku, alebo sa deti hrajú na dvore je dôležité, aby prostredie bolo vyhovujúce.

Takisto pre samotné deti je omnoho prít'azlivejšia škôlka, ktorá dokáže na prvý pohľad zaujať. Preto by som odporučila vytvoriť miesto, kde sa môžu deti spokojne hrať, ideálne by bolo vybudovanie nových preliezačiek, hojdačiek a pieskoviska.

Odporučila by som aj zlepšenie vybavenosti materskej školy novými hračkami, hlavne preto, že táto MŠ funguje už dlhšiu dobu a pri deťoch sa hračky rýchlo pokazia a zničia. Zamerala by som sa na hračky, ktoré rozvíjajú a podporujú tvorivosť, predovšetkým rôzne stavebnice a puzzle.

Takisto sa rodičia vyjadrili, že pomerne veľkým problémom je vzdialenosť od bydliska. V tomto prípade sa však nedá poloha materskej školy zmeniť a rodičia majú možnosť vybrať si iba medzi 2 umiestneniami - buď na Varšavskej, alebo Trnavskej ulici. Predpokladám, že nie je veľa možností na realizáciu zmeny týkajúcej sa tejto oblasti.

Záujmové aktivity

Najmenšia spokojnosť rodičov bola so záujmovými aktivitami, ktoré sú pre deti realizované. Predpokladám, že hlavným dôvodom bola skutočnosť, že rodičia nie sú dostatočne informovaní o aktivitách a činnostiach, ktoré MŠ pre svojich žiakov pripravuje a realizuje. Preto by som sa zamerala, hlavne na lepšiu informovanosť rodičov o týchto aktivitách, napríklad prostredníctvom informačného letáku, ktorý by bol vyvesený na nástenke v materskej škole. Podľa môjho názoru je ponuka pomerne pestrá a nemyslím, si že by mala byť rozšírená o ďalšie činnosti a aktivity.

Stravovanie

Oblasť stravovania je veľmi dôležitá, hlavne v prípade malých detí, pretože ich organizmus sa ešte len vyvíja a je nutné zabezpečiť dostatočný prísun potrebných látok a vitamínov. Keďže vždy na začiatku školského roka organizuje škôlka pre rodičov ochutnávku niektorých jedál, majú rodičia možnosť sa vyjadriť ako k chuti, tak aj ku kvalite jedla. Na základe výskumu, by som odporučila častejší prísun ovocia a zeleniny, takisto celozrnného pečiva.

Pedagogický personál

Spokojnosť s personálom bola o niečo nižšia ako v MŠ na Varšavskej ulici, no napriek tomu dosiahla vysoké číslo. Zamerala by som sa na prístup pedagógov k deťom, a takisto aj k ich rodičom. Ďalej by som odporučila neustále zvyšovanie kvalifikácie a získavanie nových informácií týkajúcich sa výchovy detí.

7. Záver

Cieľom mojej bakalárskej práce bolo navrhnúť možnosti, pomocou ktorých by materská škola zvýšila kvalitu poskytovaných služieb, a tak získala stály záujem svojich klientov. Hlavné informácie, z ktorých som vychádzala boli výsledky primárneho šetrenia, ktoré som realizovala formou dotazovania. Respondentov tvorili rodičia detí navštevujúcich danú materskú školu. Zároveň som využila aj informácie získané od riaditeľky materskej školy.

Rodičia vytvorili mnoho návrhov na zlepšenie a skvalitnenie vzdelávacieho procesu a služieb poskytovaných v materskej škole. No predpokladám, že hlavným problémom, ktorý nedovoľuje realizovať všetky tieto zmeny a inovácie je nedostatok finančných prostriedkov, s ktorým zápasí nejedna štátna organizácia.

Z marketingového výskumu vyplynulo, že pre rodičov je dôležité, aby sa dieťa venovalo nejakému druhu športu, najväčší záujem bol o tanečnú a plávanie.

Takisto, ako som predpokladala, v oblasti stravovania sa prejavila výrazná spokojnosť, pár respondentov by však uvítalo vyšší prísun ovocia a zeleniny, poprípade podávanie celozrnných produktov a cestovín.

V rámci vyučovania cudzieho jazyka, ktoré sa realizuje iba na MŠ Trnavská, je s touto aktivitou spokojných viac ako $\frac{3}{4}$ respondentov, a uvítané by bolo zavedenie výučby aj v MŠ na Varšavskej ulici.

Slabým miestom bolo okolie a prostredie materskej školy, kde sa prejavila nespokojnosť najvýraznejšie. Veľkou nevýhodou je chýbajúce oplotenie, ktoré by zabránilo vstupu neželaných osôb, či zvierat. Takisto sa vyskytli sťažnosti na nedostatok preliezačiek, hojdačiek a chýbajúce lavičky. Napriek tomu, že v blízkom okolí sa nachádza úplne nové dopravné ihrisko, viac ako 90% všetkých respondentov uviedlo, že by uvítalo znovuobnovenie pôvodného ihriska, ktoré sa kedysi nachádzalo vedľa MŠ na Varšavskej ulici, no z dôvodu zanedbaného a nevhodného stavu bolo uzatvorené.

Takisto som odporučila vytvorenie webových stránok s informáciami o materskej škole, fotografiami z akcií, ktoré sú pravidelne realizované. Stránky by mali obsahovať aj aktuality týkajúce sa ako napr. prázdnin, alebo dôležitých oznamov pre rodičov.

Vo výskume materská škola obstála veľmi dobre, pretože iba 4 z celkového počtu 132 respondentov by sa pri opätovnom rozhodovaní, ktorú materskú školu budú navštevovať ich deti, rozhodlo pre zmenu, čo hovorí o kvalite poskytovaných služieb a spokojnosti rodičov.

V súčasnom období silnej konkurencie je dôležité zamerať sa na neustále zlepšovanie a zvyšovanie kvality poskytovaných služieb. Verím, že výsledky, ktoré ukázal marketingový výskum, pomôžu školám nielen definovať problémové oblasti, s ktorými sú rodičia nespokojní, ale zároveň ponúkne aj inšpiráciu na odstránenie týchto nedostatkov, poprípade návrhy, či už na ďalšie zlepšenie, alebo rozšírenie poskytovaných služieb. Realizáciou týchto opatrení by si materská škola zabezpečila nielen udržanie svojho dobrého mena a zákazníkov, ale takisto predpokladám, že by získala novú klientelu.

Použitá literatúra:

Knižné zdroje

- [1] HANNIGAN, T. J. *Marketing pro neziskový sektor*. Praha: Management Press, 1996. 206 s. ISBN 80-85943-07-7.
- [2] JANEČKOVÁ, L., VAŠTÍKOVÁ, M. *Marketing a služeb*. Praha: Grada Publishing, 2001. 178 s. ISBN 80-7169-996-0.
- [3] KOTLER, Ph., *Marketing Management*. Preložil V. Dolanský a S. Jurečka. 10 – te rozšírené vydanie. Praha: Grada Publishing, 2001. 719 s. ISBN 80-247-0016-6.
- [4] KOŘÁTKOVÁ, S. *Dítě a mateřská škola*. Praha: Grada Publishing, 2008. 200 s. ISBN 978-80-247-1568-1.
- [5] KOZEL, R. A KOLEKTIV *Moderní marketingový výzkum*. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, 2006. 277 s. ISBN 80-247-0966-X.
- [6] PAYNE, A. *Marketing služeb*. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, 1996. 247s. ISBN 80-7169-276-X.
- [7] SVĚTLÍK, J. *Marketingové řízení školy*. Aspi, 2006. 300 s. ISBN 80-7357-176-5.
- [8] VAŠTÍKOVÁ, M., *Marketing služeb efektivně a moderně*. Praha: Grada Publishing, 2008. 232 s. ISBN 978-80-247-2721-9.

Internetové zdroje

- [9] <http://www.mandk.cz/view.php?cisloclanku=2007100016>
- [10] <http://maps.google.sk/>
- [11] http://www.noveskolstvo.sk/upload/pdf/Marketing_skoly.pdf (citované 4.2.2010)
- [12] <http://portal.statistics.sk/showdoc.do?docid=632>
- [13] <http://zilina-gallery.sk/picture.php?/5381/category/466>
- [14] http://www.zilina.sk/dokumenty/DokumentyProgramyMZ_20090409113816.pdf
- [15] <http://zilina.sme.sk/c/5184655/deti-treba-zapisat-do-mestskych-skol-koncom-januara.html>

Zoznam použitých skratiek:

abs.	absolútna
atď.	a tak ďalej
CVČ	Centrum voľného času
č.	číslo
čet.	četnosť
H	hypotéza
MHD	mestská hromadná doprava
MŠ	materská škola
napr.	napríklad
rel.	relatívna
resp.	respektíve
tzv.	takzvaný / takzvaná

Prohlášení o využití výsledků diplomové (bakalářské) práce

Prohlašuji, že

- jsem byl(a) seznámen(a) s tím, že na mou diplomovou (bakalářskou) práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, diplomovou (bakalářskou) práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že diplomová (bakalářská) práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího diplomové (bakalářské) práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o diplomové (bakalářské) práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, diplomovou (bakalářskou) práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 7.5.2010

Zuzana Adammusová

Adresa trvalého pobytu:

Lysica 59
013 05 Belá
SR

Zoznam príloh:

Príloha č. 1 Dotazník MŠ Varšavská

Príloha č. 2 Dotazník MŠ Trnavská

Príloha č. 3 Absolútne a relatívne četnosti jednotlivých odpovedí respondentov v MŠ
Trnavská

Príloha č. 4 Absolútne a relatívne četnosti jednotlivých odpovedí respondentov v MŠ
Varšavská

Príloha č. 5 Fotografie z materských škôl a dopravného ihriska

DOTAZNÍK MŠ VARŠAVSKÁ

Vážení rodičia,

moje meno je Zuzana Adamusová a som študentkou 3. ročníka VŠB – TUO, Ekonomickej fakulty. Rada by som Vás požiadala o vyplnenie nasledujúceho dotazníka, ktorý je súčasťou mojej bakalárskej práce na tému: Zvýšenie kvality služieb v materskej škole.

Dotazník je anonymný a bude slúžiť predovšetkým na študijné účely. Vyplnené dotazníky môžete odovzdať pani učiteľkám v MŠ.

Za Váš čas a ochotu vopred ďakujem.

Pokiaľ nie je uvedené inak označte iba jednu odpoveď.

1. Máte predchádzajúce skúsenosti s touto materskou školou?1.1. ☐ áno1.2. ☐ nie**2. Koľko vašich detí navštevuje túto MŠ?**2.1. ☐ 12.2. ☐ 22.3. ☐ 3 a viac detí**3. Ako ste sa dozvedeli o tejto materskej škole? (môžete označiť viac možností)**3.1. ☐ od známych3.2. ☐ noviny3.3. ☐ vlastná skúsenosť3.4. ☐ iné(vypíšte).....**4. Ktoré z týchto faktorov sú pre Vás pri výbere MŠ dôležité? (1- najdôležitejšie, 5 – najmenej dôležité)**

Faktor	1	2	3	4	5
4.1. Vzdialenosť od bydliska					
4.2. Pedagógovia					
4.3. Prostredie = zariadenie, ihrisko, hračky...					
4.4. Predchádzajúca skúsenosť					
4.5. Pracovný plán detí					
4.6. Záujmové aktivity					
4.7. Referencie					

5. Uvítali by ste zriadenie internetových stránok s podrobným popisom a informáciami o MŠ?5.1. ☐ áno5.2. ☐ nie**6. Uvítali by ste výučbu cudzieho jazyka v MŠ?**6.1. ☐ áno6.2. ☐ nie**7. Koľko by ste boli ochotní mesačne priplatiť za zlepšenie a skvalitnenie výučby cudzieho jazyka?**7.1. ☐ nič7.2. ☐ do 5 €7.3. ☐ do 8€7.4. ☐ viac**8. Je pre Vás dôležité, aby sa Vaše dieťa venovalo nejakej športovej aktivite už od detstva?**8.1. ☐ áno8.2. ☐ nie

DOTAZNÍK MŠ TRNAVSKÁ

Vážení rodičia,

moje meno je Zuzana Adamusová a som študentkou 3. ročníka VŠB – TUO, Ekonomickej fakulty. Rada by som Vás požiadala o vyplnenie nasledujúceho dotazníka, ktorý je súčasťou mojej bakalárskej práce na tému: Zvýšenie kvality služieb v materskej škole.

Dotazník je anonymný a bude slúžiť predovšetkým na študijné účely. Vyplnené dotazníky môžete odovzdať pani učiteľkám v MŠ.

Za Váš čas a ochotu vopred ďakujem.

Pokiaľ nie je uvedené inak označte iba jednu odpoveď.

1. Máte predchádzajúce skúsenosti s touto materskou školou?1.1. ☐ áno1.2. ☐ nie**2. Koľko vašich detí navštevuje túto MŠ?**2.1. ☐ 12.2. ☐ 22.3. ☐ 3 a viac detí**3. Ako ste sa dozvedeli o tejto materskej škole? (môžete označiť viac možností)**3.1. ☐ od známych3.2. ☐ noviny3.3. ☐ vlastná skúsenosť3.4. ☐ iné(vypíšte).....**4. Ktoré z týchto faktorov sú pre Vás pri výbere MŠ dôležité? (1- najdôležitejšie, 5 – najmenej dôležité)**

Faktor	1	2	3	4	5
4.1. Vzdialenosť od bydliska					
4.2. Pedagógovia					
4.3. Prostredie = zariadenie, ihrisko, hračky...					
4.4. Predchádzajúca skúsenosť					
4.5. Pracovný plán detí					
4.6. Záujmové aktivity					
4.7. Referencie					

5. Uvítali by ste zriadenie internetových stránok s podrobným popisom a informáciami o MŠ?5.1. ☐ áno5.2. ☐ nie**6. Hodnotíte pozitívne výučbu a úroveň výučby cudzieho jazyka v MŠ?**6.1. ☐ áno6.2. ☐ nie**7. Koľko by ste boli ochotní mesačne priplatiť za zlepšenie a skvalitnenie výučby cudzieho jazyka?**7.1. ☐ nič7.2. ☐ do 5 €7.3. ☐ do 8€7.4. ☐ viac**8. Je pre Vás dôležité, aby sa Vaše dieťa venovalo nejakej športovej aktivite už od detstva?**8.1. ☐ áno8.2. ☐ nie

9. Aké druhy športových aktivít by ste uvítali v MŠ?

- 9.1. ☐ plávanie 9.2. ☐ lyžovanie
9.3. ☐ tanečná 9.4. ☐ iné(vypíšte).....

10. Ste spokojní s prostredím, ktoré obklopuje materskú školu?

- 10.1. ☐ áno(pokračujte otázkou č. 12) 10.2. ☐ nie

11. Čo by ste na tomto prostredí radi zmenili? (vypíšte)

.....

12. Uvítali by ste obnovenie dopravného ihriska pri MŠ Varšavská?

- 12.1. ☐ áno 12.2. ☐ nie

13. Ste spokojní so stravovaním v MŠ?

- 13.1. ☐ áno (pokračujte otázkou č. 15) 13.2. ☐ nie

14. Čo by ste uvítali v oblasti stravovania?

- 14.1. ☐ vegetariánska strava 14.2. ☐ viac ovocia a zeleniny
14.3. ☐ iné(vypíšte).....

**15. Ako ste spokojní s jednotlivými faktormi v MŠ, ktorú navštevuje Vaše dieťa?
(1- úplne spokojný, 5- úplne nespokojný)**

Faktor	1	2	3	4	5
15.1. Vzdialenosť od bydliska					
15.2. Pedagógovia					
15.3. Prostredie = zariadenie, ihrisko, hračky...					
15.4. Predchádzajúca skúsenosť					
15.5. Pracovný plán detí					
15.6. Záujmové aktivity					
15.7. Stravovanie					

16. Ak by ste sa mohli rozhodnúť znovu, vybrali by ste si opäť MŠ, ktorú Vaše dieťa navštevuje?

- 16.1. ☐ áno(pokračujte otázkou č. 18) 16.1. ☐ nie

17. Prečo by ste chceli zmeniť MŠ?

.....

18. Vaše pohlavie

- 18.1. ☐ muž 18.2. ☐ žena

19. Váš vek

- 19.1. ☐ menej ako 26 rokov 19.2. ☐ 26-30
19.3. ☐ 31-35 19.4. ☐ 36 a viac

Príloha č. 3

Absolútne a relatívne četnosti jednotlivých odpovedí respondentov v MŠ Trnavská

Otázka	abs. čet. 1	abs. čet. 2	abs. čet. 3	abs. čet. 4	abs. čet. 5	rel. čet. 1	rel. čet. 2	rel. čet. 3	rel. čet. 4	rel. čet. 5
1.	79	22				78,22%	21,78%			
2.	44	36	21			43,56%	35,64%	20,79%		
3.	40	8	48	4	1	39,60%	7,92%	47,52%	3,96%	0,99%
4.1.	53	27	15	5	1	52,48%	26,73%	14,85%	4,95%	0,99%
4.2.	68	25	8	0	0	67,33%	24,75%	7,92%	0,00%	0,00%
4.3.	30	57	10	4	0	29,70%	56,44%	9,90%	3,96%	0,00%
4.4.	52	28	17	3	1	51,49%	27,72%	16,83%	2,97%	0,99%
4.5.	43	43	13	2	0	42,57%	42,57%	12,87%	1,98%	0,00%
4.6.	53	32	15	1	0	52,48%	31,68%	14,85%	0,99%	0,00%
4.7.	31	40	28	2	0	30,69%	39,60%	27,72%	1,98%	0,00%
5.	90	11				89,11%	10,89%			
6.	76	25				75,25%	24,75%			
7.	39	22	31	9		38,61%	21,78%	30,69%	8,91%	
8.	92	9				91,09%	8,91%			
9.	48	21	56	1	1	47,52%	20,79%	55,45%	0,99%	0,99%
10.	89	12				88,12%	11,88%			
11.	2	7	2	4	1	16,67%	58,33%	16,67%	33,33%	8,33%
12.	94	7				93,07%	6,93%			
13.	86	15				85,15%	14,85%			
14.	4	5	2	1	1	26,67%	33,33%	13,33%	6,67%	6,67%
15.1.	70	19	9	2	1	69,31%	18,81%	8,91%	1,98%	0,99%
15.2.	71	23	7	0	0	70,30%	22,77%	6,93%	0,00%	0,00%
15.3.	52	35	10	4	0	51,49%	34,65%	9,90%	3,96%	0,00%
15.4.	64	20	14	3	0	63,37%	19,80%	13,86%	2,97%	0,00%
15.5.	67	23	10	1	0	66,34%	22,77%	9,90%	0,99%	0,00%
15.6.	68	19	11	3	0	67,33%	18,81%	10,89%	2,97%	0,00%
15.7.	67	23	10	1	0	66,34%	22,77%	9,90%	0,99%	0,00%
16.	100	1				99,01%	0,99%			
17.	1					100,00%				
18.	39	62				38,61%	61,39%			
19.	15	44	23	19		14,85%	43,56%	22,77%	18,81%	

Vysvetlivky pre možnosti neuvedené v dotazníku:

Otázka č. 3: 3.4 – internet

3.5 – blízko bydliska

Otázka č. 9: 9.4 – gymnastika

9.5 – futbal

Otázka č. 11: 11.1 – viac hračiek

11.2 – preliezačky

11.3 – viac priestoru

11.4 – viac zelene

11.5 – nové oplatenie

Otázka č. 14: 14.3 – chutnejšie jedlo

14.4 – viac celozrnných výrobkov

14.5 – menej mäsa

Otázka č. 17: 17.1 – nepôsobí na mňa dobre

Príloha č. 4

Absolútne a relatívne četnosti jednotlivých odpovedí respondentov v MŠ Varšavská

Otázka	abs. čet. 1	abs. čet. 2	abs. čet. 3	abs. čet. 4	abs. čet. 5	rel. čet. 1	rel. čet. 2	rel. čet. 3	rel. čet. 4	rel. čet. 5
1.	3	28				9,68%	90,32%			
2.	29	2				93,55%	6,45%			
3.	14	15	3	1	3	45,16%	48,39%	9,68%	3,23%	9,68%
4.1.	11	11	5	1	3	35,48%	35,48%	16,13%	3,23%	9,68%
4.2.	21	5	4	1	0	67,74%	16,13%	12,90%	3,23%	0,00%
4.3.	15	11	3	2	0	48,39%	35,48%	9,68%	6,45%	0,00%
4.4.	3	12	9	3	4	9,68%	38,71%	29,03%	9,68%	12,90%
4.5.	11	17	3	0	0	35,48%	54,84%	9,68%	0,00%	0,00%
4.6.	13	12	5	0	1	41,94%	38,71%	16,13%	0,00%	3,23%
4.7.	12	8	7	3	1	38,71%	25,81%	22,58%	9,68%	3,23%
5.	26	5				83,87%	16,13%			
6.	26	5				83,87%	16,13%			
7.	7	17	5	2		22,58%	54,84%	16,13%	6,45%	
8.	24	7				77,42%	22,58%			
9.	17	1	19	1	1	54,84%	3,23%	61,29%	3,23%	3,23%
10.	11	20				35,48%	64,52%			
11.	1	8	0	5	15	5,00%	40,00%	0,00%	25,00%	75,00%
12.	31	0				100,00%	0,00%			
13.	25	6				80,65%	19,35%			
14.	0	6	0	0	0	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%
15.1.	15	9	4	1	2	48,39%	29,03%	12,90%	3,23%	6,45%
15.2.	23	8	0	0	0	74,19%	25,81%	0,00%	0,00%	0,00%
15.3.	10	14	7	0	0	32,26%	45,16%	22,58%	0,00%	0,00%
15.4.	9	11	11	0	0	29,03%	35,48%	35,48%	0,00%	0,00%
15.5.	16	12	3	0	0	51,61%	38,71%	9,68%	0,00%	0,00%
15.6.	17	6	4	3	1	54,84%	19,35%	12,90%	9,68%	3,23%
15.7.	21	9	1	0	0	67,74%	29,03%	3,23%	0,00%	0,00%
16.	28	3				90,32%	9,68%			
17.	0	1	2			0,00%	33,33%	66,67%		
18.	7	24				22,58%	77,42%			
19.	1	10	13	7		3,23%	32,26%	41,94%	22,58%	

Vysvetlivky pre možnosti neuvedené v dotazníku:

Otázka č. 3: 3.4 – internet

3.5 – oznam od Mestského úradu

Otázka č. 9: 9.4 – gymnastika

9.5 – tenis

Otázka č. 11: 11.1 – lavičky

11.2 – preliezačky

11.3 – viac priestoru

11.4 – viac zelene

11.5 – nové oplatenie

Otázka č. 14: 14.3 – chutnejšie jedlo

14.4 – viac celozrnných výrobkov

14.5 – menej mäsa

Otázka č. 17: 17.1 – nepôsobí na mňa dobre

17.2 – chýbajúce ihrisko

17.3 – vzdialenosť od bydliska

Príloha č. 5

Zariadenie Materskej školy na Varšavskej ulici



Stretnutie žiakov MŠ na Trnavskej ulici s predstaviteľmi policajného zboru



Nové dopravné ihrisko na sídlisku Vlčince

